

Public Opinion
Research
in the
Government
of Canada



Annual Report 2003–2004

Prepared by Public Works and Government Services Canada



Published by Government Information Services Branch,
Public Works and Government Services Canada
October 2004

For more information, please contact the
Public Opinion Research Directorate at (613) 943-5130.
Internet version: www.communication.gc.ca
Catalogue Number: P100-1/2004
ISBN: 0-662-68376-5

Message From The Minister



The role of public opinion research is increasingly critical as the Government of Canada balances the needs and desires of citizens with the realities of its fiscal resources. It is a vital resource in developing government policy, programs and communications centred on the expectations of citizens as well as in assessing the value of public spending. It provides the insight for informed and practical national governance.

This 2003-2004 report illustrates how:

- public opinion research is linked to many key Government of Canada decisions affecting all Canadians;
- Government of Canada departments and agencies are achieving greater efficiency by working together to share information and results; and
- operational safeguards are ensuring transparency, value for money and integrity in the purchase of public opinion research.

Underlying these general achievements are specific improvements that will make public opinion research a sound and reliable resource in the development of government policy and programs. They build on the solid foundation that prompted the Auditor General to conclude in 2004 that overall, public opinion research is managed transparently, with roles and responsibilities clearly defined, echoing the assessment made by the Treasury Board Secretariat in 2002.

New arrangements for the purchase of public opinion research are a key example of the changes. These were the result of extensive consultations with representatives of major Canadian market research associations and departments and agencies. There is now a process that not only ensures equal access to government public opinion research contracts for qualified firms across Canada but also provides Canadians with the assurance that they are receiving quality, integrity and value for their research dollars.

We continue to seek additional improvements, guided by the principles of value for money, stewardship, flexibility and transparency. For example, as you will see in this report, we will be making greater use of information technology to improve efficiency and to strengthen our stewardship of public opinion research. In this process, and others, we continue to consult with major Canadian market research associations, government departments and agencies.

In short, I am committed to the ongoing pursuit of excellence in public opinion research for the Government of Canada, just as the Government itself is committed to listening to all Canadians.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Scott Brison'.

Scott Brison

Minister of Public Works and Government Services

Table of Contents

5 Introduction

- 6 The Auditor General's Review of Public Opinion Research

7 The Public Opinion Research Directorate at Work

- 8 Public Opinion Research Resources and Tools

13 Issues and Activities for 2004-2005

14 Overview of Public Opinion Research in 2003-2004 in the Government of Canada

- 14 Annual Total Investment in Public Opinion Research
- 15 Overall Business Volume - Advisory Services
- 16 Top Departments and Agencies for all Public Opinion Research by Business Volume
- 17 Investment in Public Opinion Research from 2001 to 2004
- 18 Comparison of Custom and Syndicated Studies
- 19 Type of Research as a Percentage of Total Investment in Custom Research
- 20 Percentage of Projects and Total Investment Based on the Research Methodology for Custom Research

21 Highlights of Key Public Opinion Research Projects

- 21 Health Canada
- 22 Human Resources Development Canada
- 23 Canadian Heritage
- 23 Foreign Affairs and International Trade Canada
- 24 Canada Customs and Revenue Agency
- 25 Industry Canada
- 25 Agriculture and Agri-Food Canada
- 26 Natural Resources Canada
- 26 Environment Canada
- 27 Treasury Board of Canada Secretariat

28 Highlights of Investment in Syndicated Studies

30 Research Firms Rankings

- 30 Top Ten Research Firms for all Public Opinion Research by Business Volume
- 31 Top Ten Research Firms for Syndicated Studies by Business Volume
- 32 Top Ten Research Firms for Custom Research by Business Volume

33 Appendices

- 33 Appendix One: Complete Listing of Departments and Agencies by Business Volume
- 35 Appendix Two: Complete Listing of Research Firms by Business Volume
- 39 Appendix Three: Thematic Overview of Syndicated Studies in 2003-2004
- 41 Appendix Four: Standing Offers and Supply Arrangements

Introduction

Public opinion research (POR) offers the Government of Canada a listening post to hear clearly the opinions of Canadians about its programs, policies and services. It informs government about what Canadians think and expect. It guides government efforts to serve Canadians through new services such as service centres, Web sites and electronic messaging. It provides insight into how they receive information and if all of their questions are answered.

Public opinion research provides the means by which the Government of Canada can be in touch with the conditions and requirements that vary from place to place across the nation. It also establishes whether policies and programs are meeting the needs of the population.

Good governance requires the Government of Canada to ensure the highest possible quality of research, to avoid duplication of effort and to create a repository of work already done. This is the mandate for the Public Opinion Research Directorate in Public Works and Government Services Canada (PWGSC): to provide a public opinion research centre of expertise.

The Directorate provides the technical and coordinating authority for Government of Canada public opinion research. It facilitates POR studies by helping departments throughout the process to ensure their research objectives are met in a timely and efficient manner. As well, it offers advice and training so departments can use public opinion research more effectively, improving value for money in this investment. It contributes to the mandate of the newly formed Government Information Services Branch by helping departments communicate more effectively with Canadians.

The 2003–2004 annual report recounts the work of the Directorate as well as the research that it coordinated. It includes highlights of research undertaken by those departments that rely most heavily on public opinion research. The report starts with an overview of the findings of the Auditor General's review of public opinion research.

The Auditor General's Review of Public Opinion Research

In 2003, the Auditor General examined the administration of public opinion research, reviewing activities from 1999 to 2003. The audit focussed on whether the Government had adequate controls over its public opinion research activities, whether it obtained best value for money and whether the contracting process was transparent.

The Auditor General stated that public opinion research was "well managed" in a transparent manner with adequate controls. "The activities were centrally co-ordinated, as required by policies. Roles and responsibilities in the majority of activities were sufficiently clear." The report noted that an orientation guide on procedures and a research guide were produced to aid departments with their public opinion research.

The audit also suggested possible improvements such as in cases where greater economy could be achieved by the bulk purchase of syndicated research reports. It also highlighted instances where departmental research reports were not forwarded, or not forwarded on time, to the Public Opinion Research Directorate for depositing with the National Library and the Library of Parliament.

As part of its commitment to continual improvement, the Public Opinion Research Directorate has been implementing an action plan to address the specific issues identified by the Auditor General. This work continues in the current fiscal year. Among the highlights:

- New standing offers and supply arrangements, which are the result of extensive consultations with the research industry and government departments, were implemented in May 2004.
- A new procurement strategy for the bulk purchase of syndicated research is being developed with colleagues in the Communication Procurement Division of PWGSC.
- Compliance by departments in filing reports for depositing in the public domain climbed to 97 percent for the period of the audit. This was to be further enhanced with electronic reminders from a new database. Written reports on research will now also be required from all departments.
- Additional improvements to the management of public opinion research will provide efficiencies across the Government, improve information and knowledge management, and strengthen compliance with Government policies and procedures. This will be achieved through the introduction in 2004-2005 of an electronic project management platform and database that will be made accessible to all departments.

The Public Opinion Research Directorate At Work

The value of public opinion research has become increasingly apparent across government organizations as a means to help:

- inform the development of programs and services, and communications products;
- assess policy initiatives and plans;
- design delivery methods for government programs and services;
- measure the demands and expectations of the Canadian population and other stakeholders, such as businesses; and
- evaluate programs and services to ensure value for public money spent.

Its importance is reflected in the Government of Canada Communications Policy, which specifically encourages the Government of Canada to undertake public opinion research in the development of programs, policies and services. The mandate to coordinate and manage this business is vested in the Public Opinion Research Directorate of Public Works and Government Services Canada. The Communication Procurement Directorate of PWGSC is the sole contracting authority for research on behalf of the Government of Canada.

Federal institutions are required, as part of the Communications Policy, to inform the Directorate of all public opinion research projects before entering into any

contractual arrangement. The Directorate assists departments and agencies with expert advice, facilitating procurement of services, sharing best practices and research results as well as coordinating work across departments.

The Advisory Services offer research expertise to help government organizations develop relevant and reliable research to make informed decisions. Advisors become partners with the organizations with whom they are working, acquiring in-depth and project-specific knowledge. The assistance they offer on research design, legal and policy issues, industry standards, procurement methods and how to achieve maximum value for money for each project is uniquely tailored to each assignment.

Knowledge Transfer fosters partnerships and the sharing of research across the Government of Canada. The unit also produces a variety of research guides, and organizes seminars and information exchange meetings. It ensures that research reports are available to the public through the National Library of Canada and the Library of Parliament. It also manages an Extranet networking site on research and produces the annual report on research coordinated on behalf of the Government of Canada.

Contracting procedures vary from project to project, depending on the scope, dollar value and other factors. These procedures, developed by PWGSC, are designed to ensure that the desired results are achieved and all potential contractors are treated equitably in the procurement process.

In 2003–2004, the Directorate coordinated 593 POR projects with a value of more than \$25.4 million. In the previous year, 576 projects were handled with a value of \$23.7 million.

Public Opinion Research Resources and Tools

The Public Opinion Research Directorate is recognized as the Government of Canada's repository of best practices and techniques in listening to Canadians. In fulfilling that role, the Directorate has assisted in the renewal of the standing offer process, which will strengthen the management of public opinion research and lend transparency to all transactions. As well, it has created several new resources in the past year to help public service practitioners in designing and conducting their public opinion research. A brief description of these tools and resources follows.

POR Project Management Database

A POR on-line database was implemented in 2003 to respond to concerns raised by the Auditor General and to strengthen accountability, improve transparency and promote information sharing. The database was widely tested, beginning with participation in the 2003 GovNet exhibition "Transcending Technology." Once fully operational, this database will offer a streamlined Web-based system to simplify project management, accelerate the dissemination of research results, facilitate partnering and reduce duplication. The database will be accessible to all departments to serve as their own project management system for their POR projects and as a tool to promote greater coordination on horizontal issues, which adds value to each undertaking.

The database was developed to provide on-line access to details of research projects that are planned, under way and completed, along with results. Departmental research coordinators will be able to submit research details for new research projects as well as track progress of projects.

Several departments are participating in a pilot project to use the database and an independent usability study was conducted in March 2004. Full-scale utilization is expected in 2004–2005.

Tendering Process

The Directorate has worked with departments and the Communications Procurement Directorate of PWGSC to develop tools, such as standing offers and supply arrangements that facilitate the timely and efficient procurement of research projects. The recent renewal of the Government's policies on public opinion research services began with consultations between four industry associations — l'Association de l'industrie de la recherche marketing et sociale, the Canadian Association of Marketing Research Organizations, the Professional Marketing Research Society and the Canadian Survey Research Council — and representatives of government departments. They unanimously favoured a new approach, and an industry-government working group collaborated in laying the foundation for a new policy. In May 2004, new standing offers and supply arrangements were put in place. (See Appendix Four.)

Key elements in the new tools ensure value for money by creating a larger pool of suppliers across Canada and more transparency in the selection process. They sharpen competition between firms while giving each one more opportunities to compete for government business.

Advertising Evaluation

The Public Opinion Research Directorate and the Privy Council Office co-chair an interdepartmental committee of public opinion research coordinators involved in evaluating major Government of Canada advertising campaigns. The principal vehicle used to assess advertising campaign effectiveness is the newly developed and tested Advertising Campaign Evaluation Tool (ACET), which is a series of standard questions to be added to departmental evaluations of Government of Canada advertising campaigns.

Its use is required on all major advertising campaigns with a media buy of more than \$400,000, but departments are encouraged to use it on smaller campaigns as well. In addition to measuring effectiveness, the use of ACET will help departments save money in the design of questionnaires and enhance research consistency through the use of standard questions.

Research Techniques: Guideposts to Value

This publication provides Government of Canada employees with an overview of public opinion research. It reviews the advantages and disadvantages of current data collection methods including conventional research methods and emerging techniques using the Internet.

Among its strengths is the step-by-step guide it provides to take the user through the process, beginning with the question of which methodology best serves the objectives of the project. It helps the user decide whether qualitative or quantitative data, or a combination of the two, would be the most useful. There are examples and comparative tables.

It defines public opinion research and includes an outline of procedures to be followed in acquiring research, a check list of key elements in the research process and a glossary of key research terms.

More than 1,300 copies of *Guideposts to Value* were distributed within two months of its release at the 2003 Communicators Conference. It was also distributed to departmental clients, heads of Communications and some departmental regional offices. It continues to be a popular "primer" for those undertaking research across the Government of Canada.

Research Techniques: Guideposts to Value is available from the Public Opinion Research Directorate. Electronically, it is on the Internet site www.pwgsc.gc.ca and at the CommNET Extranet site <http://commnet.gc.ca>.

Public Opinion Research in the Government of Canada: Annual Report 2002-2003

The 2002-2003 annual report was distributed to Cabinet Ministers, senior departmental officials and departmental POR coordinators in November 2003 and posted on the Internet. As well as highlighting the overall public opinion research activities managed by the Public Opinion Research Directorate, the report included summaries of work done in departments that had made the largest investments in POR. The information from the most active departments provided insight into the importance and scope of public opinion research within these organizations. This feature is continued in the 2003-2004 annual report, offering practical examples of the value and versatile capabilities of POR to all managers in the public service.

Successful Communication: Literacy and You

This tool kit helps government communicators to communicate in a way that is easy to understand and effective for all users and recipients. It offers an overview of key techniques for successful communications, practical examples and case studies for communication using all media, as well as evaluation tools. Unveiled at the Government of Canada's Communicators Conference in May 2003, it became the basis for a workshop co-sponsored with Health Canada that featured the practical applications of the tool kit to cigarette package messages.

POR on CommNET

CommNET, the resource site for Government of Canada communicators, includes a prominent section on public opinion research. There is a list of POR advisors and the departments and agencies each one serves, along with a bilingual list of close to 3,000 Government of Canada public opinion research reports produced since 1994. These are on deposit in the National Library of Canada and the Library of Parliament.

The public opinion research section of CommNET has become a valuable tool for researchers. They have access, for example, to the annual report of public opinion research for the Government of Canada that provides a corporate snapshot of the research work being done by leading departments and agencies.

The site also contains helpful information for those new to public opinion research. Users will find an outline of the public opinion summary that must be completed when a public opinion research project is started. It accompanies a section that discusses the advantages and challenges of on-line public opinion research.

All of the Public Opinion Research Directorate's publications are available on the site. The site has had over 5,400 visits in the last two years.

Seminars and Info-Sessions

An expanding program of seminars and information sessions held in a variety of fora and the increasing number of participants reflect the growing reliance on public opinion research in government and the interest in it among academia.

Public Opinion Research: Thinking Outside the Box, an overview of POR in the Government of Canada and an explanation of the tools available to departments, drew more than 200 people during two sessions at the annual Communicators Conference.

From Pop-Ups to Panels: Conducting Effective On-Line Surveys was repeated in the year and once again attracted more than 100 participants.

The Public Opinion Research Directorate has developed a 90-minute session on POR, which is included in the course material for new executives in the public service. Initial reactions from participants were extremely positive and Directorate resources are distributed at the course for new executives, which is held six times a year.

Community of Practice

The Directorate continued to coordinate and participate in bi-monthly meetings of the informal interdepartmental working group on public opinion research. This expanding group now has representatives from nearly 30 departments and agencies that meet regularly to discuss issues of mutual concern, such as procurement, emerging research techniques, interdepartmental initiatives and partnering on research. Of particular note this year was the demonstration of new Internet sites being developed in several departments to share detailed research results.

As well, the Directorate provided strategic advice and research expertise as a member of the newly formed interdepartmental research committee that coordinates all POR related to Government On-Line. It assisted in developing a best practices guide and participated in workshops to present the advantages and disadvantages of on-line survey research.

Issues And Activities For 2004–2005

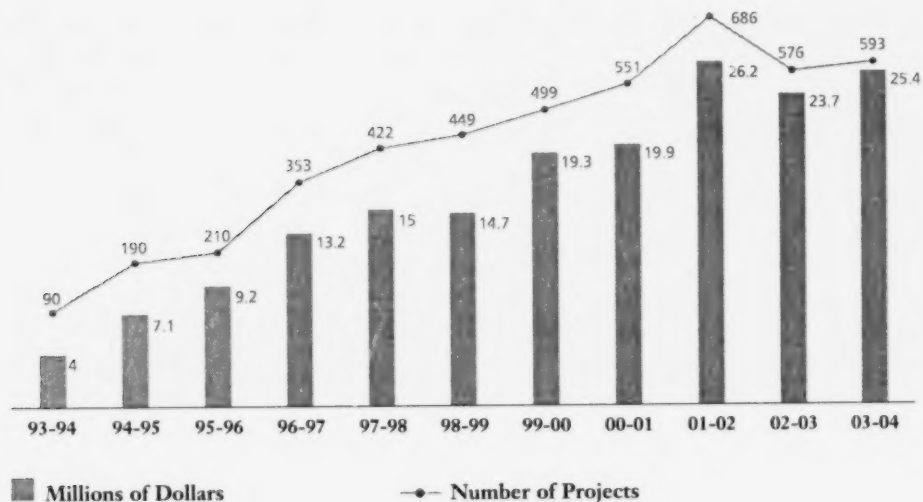
In carrying out its mandate, the Public Opinion Research Directorate will continue to address significant issues such as:

- working with departments and agencies to standardize POR management across government and to encourage general use of the best practices available;
- helping departments and agencies enhance the quality of the research they undertake;
- ensuring that the knowledge gained through the research investment is shared broadly; and
- offering more training on emerging research techniques.

The Government of Canada spends approximately \$3 million a year on syndicated studies but the use of the studies is restricted to the specific subscribers. The Directorate has begun a needs assessment to identify an appropriate, more cost-effective approach to meet the need for syndicated research across departments and agencies.

Overview of Public Opinion Research in 2003–2004 in the Government of Canada

Annual Total Investment in Public Opinion Research



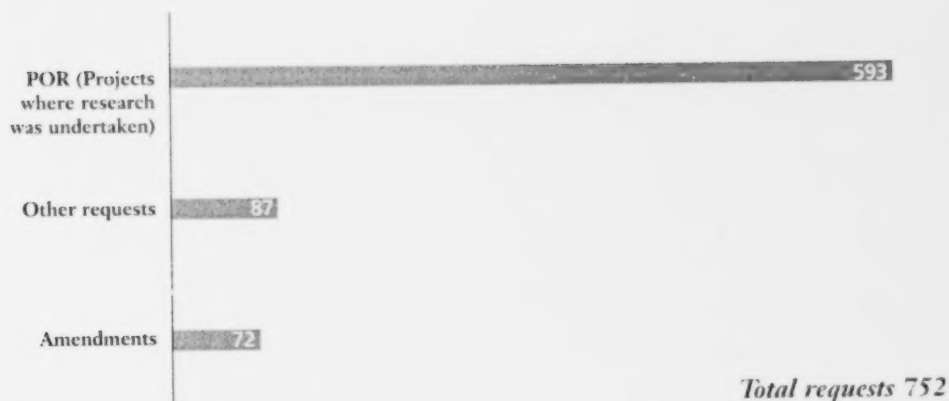
The importance of public opinion research in government operations is reflected by the investments made by the Government of Canada, its departments and agencies.

The dollar value of POR contracted for in 2003–2004 was \$25.4 million, up from \$23.7 million in the previous year and the fifth consecutive year that it approached or exceeded \$20 million.

The 2003–2004 activity of 593 projects was slightly greater than the previous year when 576 projects were undertaken. Health Canada and Human Resources Development Canada (now Human Resources and Skills Development Canada and Social Development Canada) accounted for 168 of the projects, slightly more than a third of the total.

Overall Business Volume – Advisory Services

Nature of Requests for 2003–2004



Public Works and Government Services Canada is the coordinating authority for all public opinion research. Departments and agencies submit their project summaries, and POR advisors determine whether the project falls within the definition of POR.* If it does, the project is registered and advisors offer guidance throughout the entire research project. If it doesn't, departments undertake their projects independently.

In 2003–2004, 593 projects fell within the definition, and there were 72 amendments ranging from delivery dates to the scope of the project. There were 87 other requests, including 70 projects identified as non-POR and 17, which could be on hold, cancelled or awaiting more information. This category also included requests for standing offers.

** The major activities that fit the Treasury Board Secretariat definition of public opinion research relate to public opinion research for policy, marketing and communication undertakings, quality of service studies, syndicated and omnibus surveys and program evaluation. Activities not considered public opinion research include literature reviews or reviews of secondary sources, and verification of service performance or delivery of goods as set out in a contract.*

Top Departments and Agencies for all Public Opinion Research by Business Volume*

Department/Agency	Thousands of dollars	Number of projects
HEALTH CANADA	4,866	105
HUMAN RESOURCES DEVELOPMENT CANADA*	3,720	63
CANADIAN HERITAGE	1,758	42
COMMUNICATION CANADA*	1,459	22
FOREIGN AFFAIRS AND INTERNATIONAL TRADE CANADA	1,337	23
CANADA CUSTOMS AND REVENUE AGENCY*	1,304	21
INDUSTRY CANADA	1,174	38
AGRICULTURE AND AGRI-FOOD CANADA	962	20
NATURAL RESOURCES CANADA	912	31
ENVIRONMENT CANADA	717	27
TREASURY BOARD OF CANADA SECRETARIAT	615	13

** Duties and names of some departments and agencies included throughout this report changed as part of a reorganization of the Government of Canada.*

Canadians' concern over health issues is reflected in the research work of Health Canada which sought public reactions on the Tobacco Control Strategy and issues, such as the attitudes of youth toward drugs, health threats and healthy living. Attitudes of on-reserve First Nations people on a wide range of health issues were also probed. As a result, Health Canada again led departments in the use of public opinion

research, accounting for 17.7 percent of the total projects and 19 percent of the investment. Human Resources Development Canada ranked second. Five departments and agencies had research budgets in the \$1 million to \$2 million range.

Highlights of the research undertaken by the largest users of public opinion research appear in Section 5 on p. 21.

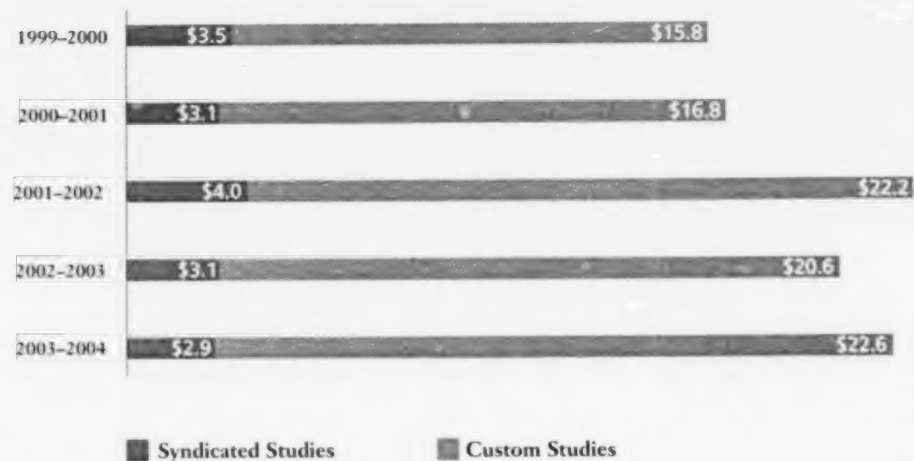
Investment in Public Opinion Research from 2001 to 2004
(Thousands of Dollars)

Department/Agency	2001-2002		2002-2003		2003-2004	
	Value \$	No. of Projects	Value \$	No. of Projects	Value \$	No. of Projects
HEALTH CANADA	4,036	88	4,270	81	4,866	105
HUMAN RESOURCES DEVELOPMENT CANADA	2,614	62	2,120	60	3,720	63
CANADIAN HERITAGE	1,288	36	1,124	30	1,758	42
COMMUNICATION CANADA	2,117	70	3,176	75	1,459	22
FOREIGN AFFAIRS AND INTERNATIONAL TRADE CANADA	867	18	870	16	1,337	23
CANADA CUSTOMS AND REVENUE AGENCY	687	23	868	17	1,304	21
INDUSTRY CANADA	1,834	54	1,584	42	1,174	38
AGRICULTURE AND AGRI-FOOD CANADA	430	9	624	15	962	20
NATURAL RESOURCES CANADA	847	32	1,586	28	912	31
ENVIRONMENT CANADA	1,343	36	710	20	717	27
TREASURY BOARD OF CANADA SECRETARIAT	1,228	16	704	15	615	13

Of the most active departments and agencies in public opinion research, eight undertook more projects in 2003-2004 than they did in the previous year. Canadian Heritage showed the greatest increase in number of projects from 30 to 42, a 40 percent increase that was also reflected in dollar value (56% increase from 2002-2003). Agriculture and Agri-Food Canada moved into the most active category, in part because of mad cow disease concerns.

Treasury Board of Canada Secretariat, Environment Canada and Communication Canada all had fewer projects. Communication Canada, which was disbanded on April 1, 2004, showed the greatest decline, down to 22 projects from 75 in the previous year.

Comparison of Custom and Syndicated Studies (Millions of Dollars)



Custom public opinion research is work commissioned from a private firm for specific research needs of a department or agency. The commissioning organization ensures the intellectual property of reports and other materials generated by the project, which are made available to the public. Results of custom reports commissioned by the Government of Canada are in the public domain and available to all.

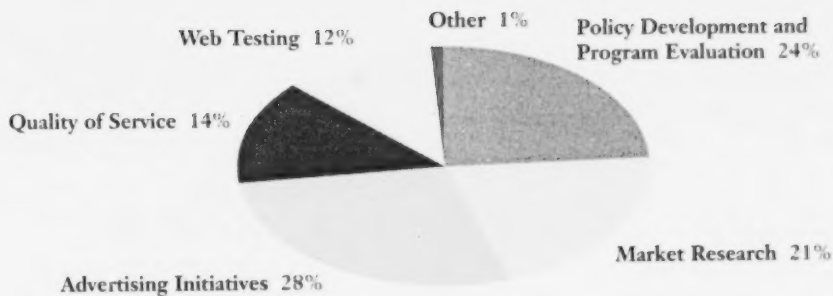
Custom research accounts for most of the work undertaken by the Government of Canada.

Syndicated research is owned by the firm which conducted the research and the data gathered on a wide range of subjects is offered to subscribers. These data often contain trend information. Syndicated research is sometimes efficient, because

the overhead costs are shared by all subscribers, but they are prohibited from distributing the information to any other parties including other government departments. Departments and agencies that invest in additional omnibus questions can share the results of these questions with other departments and agencies.

In 2003-2004, the Government of Canada reduced its investment in syndicated research, purchasing studies worth \$2.9 million compared with \$3.1 million in the previous year and \$4 million in 2001-2002. Custom research, however, is up to \$22.6 million from \$20.6 million, a 10 percent increase.

Type of Research as a Percentage of Total Investment in Custom Research

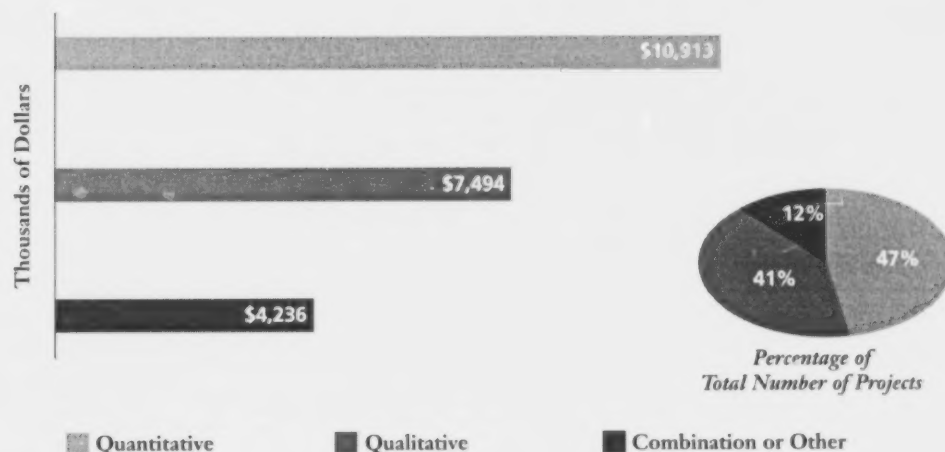


Advertising research, which includes advertising tracking and testing as well as communications product testing continues to absorb an increasing amount of total public opinion research spending. It accounted for 28 percent of all POR investment in 2003–2004, up from 23 percent and 17 percent in the two previous years respectively. Policy development and program evaluation (24 percent) and market research (21 percent) were the other major users.

Quality of service research doubled this year, accounting for 14 percent of the total value of projects compared with seven percent in the previous year. Government departments and agencies also continue to be concerned with the effectiveness of using the Web, which accounted for 12 percent of research expenditures in 2003–2004 compared with 11 percent in the previous year.

Percentage of Projects and Total Investment Based on the Research Methodology for Custom Research

Research Methodologies Used



Quantitative research refers to information obtained about some or all members of a target population through structured procedures, such as a survey, allowing conclusions to be drawn for the total target population. Nearly half of the work undertaken fell into this distinct category.

Qualitative research refers to information obtained from some members of a target population through unstructured or semi-structured procedures, such as groups or interviews. No projections of

results to the target population can be made from this type of research. Forty-one percent of the research was in this category, up from 38 percent in the previous year.

Some research consisted of a quantitative–qualitative combination that, along with “other,” accounted for the remaining 12 percent. “Other” included research projects such as POR design (i.e., questionnaire design) and analysis.

Highlights Of Key Public Opinion Research Projects

Public opinion research is vital to the development of policies, programs and services that directly touch the day-to-day lives of Canadians. For this report, we asked the 10 departments that invested most heavily in public opinion research to provide a brief overview of work conducted in the review period. Their contributions follow.

Health Canada

Health care is Canadians' top priority. In order to address this priority, Health Canada uses public opinion research extensively in support of its mission to maintain and improve the health of Canadians — monitoring trends and exploring values, perceptions, awareness, knowledge and behaviours related to a broad range of health issues.

Highlights of 2003–2004:

- Qualitative and quantitative research was conducted to support the development and implementation of the Tobacco Control Strategy, a \$480 million initiative to reduce tobacco use in Canada.
- Risk perception and attitudes about new and emerging public health threats, such as the West Nile virus, SARS and mad cow disease, were examined.
- Canada's Drug Strategy research focussed specifically on the attitudes of youth toward marijuana, taking into account some of the wider psychosocial factors at play when youth face personal choices about drug use.
- Wide-ranging research explored the attitudes of on-reserve First Nations people toward health issues, including tobacco use, diabetes and injury prevention.
- Several studies explored the topical issues of diet and exercise, examining barriers and motivators both among teens and busy families.

In 2004–2005, health care and reform of the health care system continue as major priorities with research tracking Canadians' opinions about these programs.

The Department will also use public opinion research to support the Healthy Living Strategy, to explore attitudes toward healthy eating, physical activity and chronic disease areas such as cancer and heart health, as well as to monitor risk perceptions around public health threats including pandemic influenza and West Nile Virus.

Human Resources
Development Canada
*(now Human Resources and Skills
Development Canada and Social
Development Canada)*

Public opinion research is critical in developing and implementing policies and programs relating to Canada's human resources, providing valuable insights in support of the federal socio-economic strategy with its goal of achieving a high quality of life, inclusive of all Canadians.

For the first time, a comprehensive, national public opinion study on disability issues in Canada was undertaken to gain an understanding of Canadian attitudes toward disability. The Office for Disability Issues commissioned the study, because gaining knowledge about public attitudes toward persons with disabilities and disability issues is crucial to opening more opportunities for the full participation of these persons in all aspects of Canadian life.

The research was conducted in two phases: first, a telephone survey of a representative group of 1,843 Canadians followed by qualitative research exploring in greater detail specific findings and themes uncovered in the first phase of the survey.

Access to post-secondary education (PSE) is a critical component of the Government's skills and learning agenda and Human Resources and Skills Development Canada has a number of initiatives designed to alleviate the financial burden of pursuing post-secondary education. A two-phase study of public views on the system of supporting Canadians' access to post-secondary education was undertaken, covering issues pertaining to the quality, accessibility and funding of the education system. Qualitative research was conducted in several locations across Canada which included areas with barriers to PSE such as Glace Bay, Nova Scotia and Vernon, British Columbia. A follow-up quantitative phase built on the information gathered in the qualitative phase.

Other public opinion research included the annual tracking survey on attitudes toward employment insurance, as well as research to support the Government On-Line and the Modernizing Service for Canadians initiatives. An evaluation was undertaken on two major advertising campaigns, one informing Canadians about government services available for children and their families, and one about the new Compassionate Care Benefits.

Planned research will involve issues relating to modernizing service, services for children and their families, the skills and learning agenda, workplace issues, and employment benefits and support measures. It will also track information on established programs.

Canadian Heritage

Eight projects measuring the level of client satisfaction with the Department's programs and services were conducted during the year, including the Minister's Correspondence Unit and participants in the "March 21" anti-racism video competition campaign. Three of the eight projects used the Common Measurement Tool (CMT) in their assessment. As well, six projects tested the increasingly popular Culture.ca site and its promotional material.

The Arts in Canada: Access and Availability Research Study was a major project. Canadian Heritage has a mandate to ensure that Canadians have access to the arts and to support artistic and cultural organizations to help define the Canadian identity. To fulfil that role, it is vital to understand fully Canadians' opinions, experiences and expectations on arts and culture. The study results will be used to develop a Canadian profile and help ensure that policies and programs are realistic and appropriate.

The study consisted of two parts: a quantitative survey of 2,662 Canadians aged 15 and older, including 772 interviews with Canadians in a linguistic minority environment (Francophones outside Quebec and Anglophones in Quebec), followed by a series of 12 focus groups in communities that are representative of the population's relationship to the arts. In the sampling plan (quantitative and qualitative), particular attention was also given to young people and residents in rural communities.

For 2004-2005, the growing trend of determining clients' satisfaction as it relates to Canadian Heritage programs and services will continue. Research will also be used to paint an accurate picture regarding the use of the Internet in presenting and promoting culture, the arts and Canadian diversity.

Foreign Affairs and International Trade Canada (now *Foreign Affairs Canada and International Trade Canada*)

The Department of Foreign Affairs and International Trade (DFAIT) used various public opinion research surveys and studies to track attitudes of Canadians to major international activities. Among the research consulted were Environics *Focus Canada Reports*, the DFAIT *Communications Survey*, Communications Canada's *Listening to Canadians*, the EKOS *Public Security Monitor*, EKOS *International Trade Survey* and the PEW *International Survey*.

Highlights of the findings:

- Canadians say their top international concerns are war and the environment, followed by world hunger and terrorism. The public is committed to multilateralism, negotiating new trade agreements, especially in Europe and Asia, creating a safer Canada-United States border and closer cooperation with the United States on security.

- Antipathy toward the present American administration among Canadians over both softwood lumber and beef disputes, together with perceived U.S. unilateralism, is stronger than it was in 2002. (Twenty-seven percent of Canadians say the United States is the most important country for Canada.)
- Support for Canada's contribution to the war against terrorism in Afghanistan remains strong, as does support for peacekeeping. Although only 28 percent say the United Nations is an effective organization, 73 percent of Canadians prefer to work with the UN rather than the United States on the world's problems.
- Although Canadians see the benefit of trade for the Canadian economy, 88 percent of Canadians believe Canada relies too heavily on trade with the United States and want greater diversification.

Canadians give the Government of Canada high approval ratings for its handling of international affairs over the past year on issues such as the Iraq crisis, the Canada–United States relationship as well as for promoting peace and security, and human rights abroad, and assisting Canadian businesses internationally.

Canada Customs and Revenue Agency (now *Canada Revenue Agency*)

A principal focus of Canada Customs and Revenue Agency's (CCRA) public opinion research related to services provided to the public, including its fourth large-scale annual survey of high-level opinion indicators. The Agency also conducted projects that examined reactions to its electronic services including the Agency's telephone and Internet tax return filing methods and the usability of its Web site.

The first CCRA Web Site User Survey, undertaken in 2003, consisted of a random national telephone survey of Web site visitors. It provided demographic and behavioural profiles, measured satisfaction with various aspects of the Web site and explored the relationship between the Agency's telephone and Internet service channels. The core survey, with further questions added regarding the use of multiple service channels, was scheduled to be repeated in 2004.

Industry Canada

Industry Canada's public opinion research during 2003-2004 included custom and syndicated projects touching policy and program development, communications planning and evaluation, Web site testing and client satisfaction.

Key research examined the public environment for business and the general public in relation to the Government of Canada's economic and business agenda. The first annual Industry Canada Study focussed on research and development, commercialization, trade and investment. Industry Canada continued to examine the impact of the Internet on Canadians and to advance Government on Line initiatives through Web site development and evaluations. The Department undertook client satisfaction and service channel studies including research on businesses' preferred communication channels. Substantive research was also conducted on consumer protection and campaign public awareness issues. Industry Canada also participated in a number of horizontal research initiatives involving such topics as biotechnology and North American trade.

Agriculture and Agri-Food Canada

Public Opinion Research (POR) was an important tool in advancing Agriculture and Agri-Food Canada's key priorities in 2003-2004. The Department's POR during the year was done in support of the Agricultural Policy Framework (APF), a major federal provincial initiative aimed at positioning Canada as the world leader in the production of food that is of the highest quality and safety, innovative and produced in an environmentally-responsible manner. The Department undertook a number of public opinion research initiatives to obtain measures on perceptions and attitudes of Canadian producers and the general public in a number of areas central to the success of the APF, namely:

- Branding Canada in the agriculture and agri-food industry;
- Policies, programs and initiatives related to food safety;
- Income stabilization and safety net programs;
- Skills training and use of beneficial management practices for farmers;
- Sources of information, awareness of communications initiatives and evaluation of communication products.

A particularly innovative area of investigation concerned public views on functional foods. Close to 3,000 Canadians, including 800 health professionals were surveyed on their awareness, knowledge, views and use of functional foods and nutraceuticals. The surveys were intended to support market development activities.

Natural Resources Canada

Public opinion research at Natural Resources Canada (NRCan) supported policy and program development (e.g., tracking awareness and understanding of climate change and Kyoto, EnerGuide, Energy Star and ethanol-blended gasoline); communications planning and evaluation (e.g., pre-testing ads for the One-Tonne Challenge, post-testing for major Energy Star print and TV ad campaigns); client satisfaction; and internal communications. The Department continues to expand its use of subscription and syndicated research products to support public environment analysis, and as a cost-effective means of exploring gaps in understanding of opinion on certain issues (e.g., corporate social responsibility) and among certain populations.

Web site development and evaluation accounted for one third of the year's projects. This included research for the on-line version of The Atlas of Canada, the Office of Energy Efficiency (OEE) Web site and the Government of Canada Science and Technology Cluster Site, for which NRCan is the lead department. Research for the latter project included focus groups with a variety of audiences, an on-line survey of federal stakeholders and in-depth usability testing with students. The results of this multi-stage research program are vital to the development of a cluster site that provides effective access for Canadians to high-quality, on-line Science and Technology information and other services of the Government of Canada and its partners.

Environment Canada

Environment Canada designed initiatives to support the business lines of conservation, protection and meteorology, as well as ongoing management and human resource efforts internal to the Department.

Research conducted over the course of 2003/04 included several internally managed on-line evaluations of products and services; regional studies exploring water issues in the Great Lakes basin and on-line resources in Quebec; client surveys to support environmental protection programs and meteorology services; and a survey to gauge awareness of an article ranking corporate social and environmental performance and its impact on consumer behaviour.

The Department also continued its research program in support of the One Tonne Challenge (OTC), with a literature review and panel survey to examine social engagement issues among Canadian youth. The results of this study will guide social marketing efforts aimed at youth and provide a baseline to assess the effectiveness of these efforts.

In 2004-2005, the Department expects to continue to explore public attitudes on water, toxins, nature and climate change. Initiatives that may be pursued include surveys to examine Canadians' views on water infrastructure, quantity and management, and approaches to addressing climate change. Other research may explore views relating to the *Canadian Environmental Protection Act* (CEPA), contaminated sites, the *Species at Risk Act* (SARA), the management of natural areas and Canada's role in

the management of the environment internationally. The Meteorological Service of Canada has also committed to annual surveys on satisfaction with precipitation forecasts as part of its Service Improvement Initiative.

Treasury Board of Canada Secretariat

The Chief Information Officer's Branch (CIOB) of the Treasury Board of Canada Secretariat completed its second full year with the Government On-Line Internet Research Panel. This panel has been called "innovative" by Accenture Consultants and is a key part of what they call the Government of Canada's "relentless pursuit" of user feedback. A group of Canadian Internet users are recruited to participate in on-line surveys and on-line focus groups throughout the year. The first on-line survey was answered by 6,727 individuals and the second survey by 4,141. There were also five on-line focus groups.

Some of the topics covered with the Government On-Line Internet Research Panel this past year included:

- functionality, navigation and the common look and feel of Government of Canada Web sites;
- privacy, security, authentication and information sharing in an on-line environment;

- development of the Government of Canada Service Vision for Canadians;
- marketing and communications of Government On-Line information and services; and
- accountability and transparency.

In addition to the panel, the CIOB continued to participate in subscription studies such as EKOS' *Rethinking the Information Highway* and the Institute for Citizen Centered Service's *Taking Care of Business* study.

The CIOB also conducted national focus groups to support the ongoing development of the Government of Canada's Secure Channel. Besides using research to refine the Government of Canada's on-line authentication tool for individuals, it supports the development of an on-line authentication tool for businesses looking to conduct secure on-line transactions with the Government of Canada.

Highlights of Investment in Syndicated Studies

Syndicated Study (Firm)	Departmental Subscriptions	Total Dollars for all Departmental Subscriptions (Thousands of Dollars)
FOCUS CANADA (ENVIRONICS RESEARCH GROUP)	13	305
THE IPSOS TREND REPORT CANADA (IPSOS-REID)	12	124
RETHINKING GOVERNMENT (EKOS RESEARCH ASSOCIATES)	7	216
RETHINKING NORTH AMERICAN INTEGRATION (EKOS RESEARCH ASSOCIATES)	6	134
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY MONITOR (ENVIRONICS INTERNATIONAL/GLOBE SCAN)	5*	27
RETHINKING THE INFORMATION HIGHWAY (EKOS RESEARCH ASSOCIATES)	4	257
PUBLIC SECURITY MONITOR (EKOS RESEARCH ASSOCIATES)	4	129
PERSPECTIVES CANADA (PERSPECTIVES CANADA)	4*	111
INTERNATIONAL ENVIRONMENTAL MONITOR (ENVIRONICS INTERNATIONAL/GLOBE SCAN)	4*	41
3SC (CROP)	3	155
DUAL DIGITAL DIVIDE (EKOS RESEARCH ASSOCIATES)	3*	48

Government departments and agencies make regular use of syndicated studies to track changes in opinions and attitudes. This table shows the most active firms and the value of the subscriptions. Some departments purchased subscriptions to the same study for another fiscal year as well, but since the investment was made in 2003–2004, it is reflected in this table (*).

Similarly, some departments and agencies invested in omnibus questions in addition to their subscription to a syndicated study.

A thematic overview of syndicated studies is provided in Appendix Three, page 39.

Research Firms Rankings

Top Ten Research Firms for All Public Opinion Research by Business Volume

Firm	Thousands of Dollars	Number of Projects
EKOS RESEARCH ASSOCIATES	4,539	80
ENVIRONICS RESEARCH GROUP	3,232	55
IPSOS-REID	2,639	79
PHASE 5 CONSULTING GROUP	1,858	31
LES ÉTUDES DE MARCHÉ CRÉATEC +	1,599	24
MILLWARD BROWN GOLDFARB	1,416	29
DECIMA RESEARCH	1,310	38
SAGE RESEARCH	1,231	25
GPC INTERNATIONAL	1,075	11
POLLARA	885	15

This fiscal year the Government of Canada used the services of 87 research firms to fulfil its public opinion research needs compared with 74 firms in 2002–2003. EKOS Research Associates was the most active research supplier to the Government of Canada, both in the number of projects and dollar value. It had 80 projects with an approximate value of \$4.5 million.

Environics Research Group placed second with 55 projects and an approximate value of \$3.2 million. Seventeen firms had 10 or more projects each.

A complete listing of all the firms can be found in Appendix Two on p.35.

Top Ten Research Firms for Syndicated Studies by Business Volume

Firm	Thousands of Dollars
EKOS RESEARCH ASSOCIATES	861
IPSOS-REID	515
ENVIRONICS RESEARCH GROUP	423
CROP	161
PERSPECTIVES CANADA	111
COMPAS	109
ENVIRONICS INTERNATIONAL*	105
INSTITUTE OF PUBLIC ADMINISTRATION OF CANADA	86
GLOBESCAN*	67
MILLWARD BROWN GOLDFARB	66

EKOS Research Associates' syndicated studies accounted for just over 30 percent of the investment by the Government of Canada in syndicated studies, down from about 40 percent the previous year.

Ipsos-Reid and Environics Research Group were second and third, respectively.

** Environics International changed its name to GlobeScan in November, 2003.*

Top Ten Research Firms for Custom Research by Business Volume

Firm	Thousands of Dollars	Number of Projects
EKOS RESEARCH ASSOCIATES	3,678	51
ENVIRONICS RESEARCH GROUP	2,808	38
IPSOS-REID	2,124	51
PHASE 5 CONSULTING GROUP	1,858	31
LES ÉTUDES DE MARCHÉ CRÉATEC +	1,599	24
MILLWARD BROWN GOLDFARB	1,350	27
DECIMA RESEARCH	1,297	36
SAGE RESEARCH	1,231	25
GPC INTERNATIONAL	1,075	11
POLLARA	869	14

EKOS Research Associates and Ipsos-Reid both had 51 custom research projects but the dollar value of the EKOS work was higher. In dollar value, Environics Research Group placed second.

Appendix One

Complete Listing of Departments and Agencies by Business Volume

Department/Agency	Thousands of Dollars	Number of Projects
HEALTH CANADA	4,866	105
HUMAN RESOURCES DEVELOPMENT CANADA	3,720	63
CANADIAN HERITAGE	1,758	42
COMMUNICATION CANADA	1,459	22
FOREIGN AFFAIRS AND INTERNATIONAL TRADE CANADA	1,337	23
CANADA CUSTOMS AND REVENUE AGENCY	1,304	21
INDUSTRY CANADA	1,174	38
AGRICULTURE AND AGRI-FOOD CANADA	962	20
NATURAL RESOURCES CANADA	912	31
ENVIRONMENT CANADA	717	27
TREASURY BOARD OF CANADA SECRETARIAT	615	13
CITIZENSHIP AND IMMIGRATION CANADA	561	19
INDIAN AND NORTHERN AFFAIRS CANADA	511	17
DEPARTMENT OF JUSTICE CANADA	510	16
FINANCE CANADA	510	9
CANADA INVESTMENT AND SAVINGS	479	5
PARKS CANADA	425	13
VETERANS AFFAIRS CANADA	413	6
NATIONAL DEFENCE	398	13
TRANSPORT CANADA	324	6
CANADIAN FOOD INSPECTION AGENCY	297	8
PRIVY COUNCIL OFFICE	254	10

Complete Listing of Departments and Agencies by Business Volume (Continued)

Department/Agency	Thousands of Dollars	Number of Projects
ATLANTIC CANADA OPPORTUNITIES AGENCY	243	8
FISHERIES AND OCEANS CANADA	195	6
ROYAL CANADIAN MOUNTED POLICE	194	4
CANADIAN INTERNATIONAL DEVELOPMENT AGENCY	143	5
WESTERN ECONOMIC DEVELOPMENT	128	7
CANADA ECONOMIC DEVELOPMENT FOR QUEBEC REGIONS	126	1
PUBLIC WORKS AND GOVERNMENT SERVICES CANADA	117	3
STATISTICS CANADA	93	6
CANADIAN INSTITUTES OF HEALTH RESEARCH	84	4
NATIONAL ENERGY BOARD	82	1
FINANCIAL CONSUMER AGENCY OF CANADA	75	2
NATIONAL RESEARCH COUNCIL CANADA	66	3
CANADIAN RADIO-TELEVISION AND TELECOMMUNICATIONS COMMISSION	65	2
INFRASTRUCTURE CANADA	51	2
ELECTIONS CANADA	41	2
SOLICITOR GENERAL	32	1
LIBRARY OF PARLIAMENT	28	1
THE OFFICE OF CRITICAL INFRASTRUCTURE PROTECTION AND EMERGENCY PREPAREDNESS CANADA	25	1
NATIONAL ARCHIVES OF CANADA	25	1
PUBLIC SERVICE COMMISSION	24	1
OFFICE OF THE COMMISSIONER OF OFFICIAL LANGUAGES	24	1
COMMUNICATIONS SECURITY ESTABLISHMENT	24	1
LAW COMMISSION OF CANADA	16	1
INTERGOVERNMENTAL AFFAIRS	6	1
STATUS OF WOMEN CANADA	5	1
CANADIAN NUCLEAR SAFETY COMMISSION	5	1
INDIAN RESIDENTIAL SCHOOLS RESOLUTION CANADA	4	1

Appendix Two

Complete Listing of Research Firms by Business Volume

Firm	Thousands of Dollars	Number of Projects
EKOS RESEARCH ASSOCIATES	4,539	80
ENVIRONICS RESEARCH GROUP	3,232	55
IPSOS-REID	2,639	79
PHASE 5 CONSULTING GROUP	1,858	31
LES ÉTUDES DE MARCHÉ CRÉATEC +	1,599	24
MILLWARD BROWN GOLDFARB	1,416	29
DECIMA RESEARCH	1,310	38
SAGE RESEARCH	1,231	25
GPC INTERNATIONAL	1,075	11
POLLARA INC.	885	15
PATTERSON, LANGLOIS CONSULTANTS	492	16
BINARIUS RESEARCH GROUP	440	12
CIRCUM NETWORK INC.	440	11
CROP	383	10
ROYAL CANADIAN LEGION	314	1
CORPORATE RESEARCH ASSOCIATES	304	10
LÉGER MARKETING	274	3
COMPAS	227	10
D-CODE	199	8
ENVIRONICS INTERNATIONAL / GLOBE SCAN	196	18
DELTA MEDIA	171	6
R.A. MALATEST & ASSOCIATES	156	4

Complete Listing of Research Firms by Business Volume (Continued)

Firm	Thousands of Dollars	Number of Projects
PERSPECTIVES CANADA	111	4
PHOENIX STRATEGIC PERSPECTIVES	101	5
THE STRATEGIC COUNSEL	96	4
VIEWSTATS RESEARCH	96	1
INSTITUTE OF PUBLIC ADMINISTRATION OF CANADA	86	2
THE BERGER MONITOR	85	3
AD HOC MARKETING	74	4
PRICEWATERHOUSECOOPERS	68	1
THE EARNSCLIFFE STRATEGY GROUP	67	3
IBM BUSINESS CONSULTING SERVICES	67	3
WESTERN OPINION RESEARCH	50	2
FIRST NATIONS CENTRE	50	1
STRATHMERE ASSOCIATES INTERNATIONAL	50	2
BRISTOL GROUP	48	3
CANADIAN MEDIA RESEARCH CONSORTIUM	43	2
ACNIELSEN	41	3
VISION RESEARCH	40	2
PRAIRIE RESEARCH ASSOCIATES	36	3
SQM GROUP	32	2
CARLETON UNIVERSITY SURVEY CENTRE	25	1
GUILBAULT ET ASSOCIÉS	25	1
THE STUDENTS COMMISSION/THE CENTRE OF EXCELLENCE FOR YOUTH ENGAGEMENT	25	1
YOUTHOGRAHY	25	1
MEMORIAL UNIVERSITY	25	1
PERFORMANCE MANAGEMENT NETWORK	25	1
BEARING POINT	25	1

Exhibits Listing of Research Firms by Business Volume (Continued)

Firm	Thousands of Dollars	Number of Projects
VALSAR, CONSULTING SERVICE AND OPERATIONS	25	1
CHANGEMAKERS	25	1
GLOBAL CHANGE STRATEGIES INTERNATIONAL	25	1
THE BRAINSTORM GROUP	25	1
ONE WORLD	25	1
SOLLIG, AFFAIRES PUBLIQUES	25	1
ROWANWOOD CONSULTING	24	1
DENNIERY RESSOURCES	24	1
DUXBURY, HIGGINS & ASSOCIATES	24	1
GOSS, GILROY & ASSOCIATES	24	1
STRATEGIC NAVIGATOR	24	1
IN-TOUCH SURVEY SYSTEMS	24	1
NPS3 MARKETING GROUP	24	1
MCCLURE & CO.	21	1
CREATIVE RESEARCH INTERNATIONAL	21	1
ALTITUDE GROUPE CONFIL	20	1
RESEARCH INNOVATIONS	18	1
CANWEST OPINION RESEARCH	18	1
CANADIAN BUREAU OF INTERNATIONAL EDUCATION	16	1
MASKERY	16	1
GENESIS PUBLIC OPINION RESEARCH	16	1
M.H. & L.T. DICKENSON CONSULTANT	16	1
SATISFACTS RESEARCH GROUP	14	1
PEOPLEWATCH CANADA	12	1
HARLEY HOUSE CONSULTANTS	11	1
INSIGHTRIX	11	1
LEVERUS	11	1

Complete Listing of Research Firms by Business Volume (Continued)

Firm	Thousands of Dollars	Number of Projects
GARY BREEN AND ASSOCIATES	10	1
ENIGMA RESEARCH CORPORATION	10	1
TARGET CALL CENTRE	7	1
FAST CONSULTING	7	1
MALKALM CONSULTANTS	5	1
BATH & ASSOCIATES	5	1
AURORA RESEARCH INSTITUTE (CANADIAN CLIMATE IMPACTS AND ADAPTATION RESEARCH NETWORK – NORTH (NWT)	5	1
JOHN HOWARD SOCIETY OF MANITOBA	5	1
SHARPE DECISIONS	4	1
CONTINUUM RESEARCH	4	1
ALLIUM CONSULTING GROUP	4	1
GALLUP CANADA	0.136	1

Appendix Three

Thematic Overview of Syndicated Studies in 2003–2004

The Government of Canada subscribed to various syndicated studies that dealt with a wide variety of issues. Below is a thematic overview of these studies.

National Public Opinion Overviews

3SC (CROP)

Citizens First (Institute of Public Administration of Canada)

Environmental Monitor
(Environics International/GlobeScan)

Focus Canada (Environics Research Group)

Perspectives Canada (Perspectives Canada)

Rethinking Government
(EKOS Research Associates)

Survey of Border Towns
(EKOS Research Associates)

The Ipsos Trend Report Canada (Ipsos-Reid)

Regional Reports

Atlantic Omnibus Report
(Corporate Research Associates)

Looking West (Canada West Foundation)

North of 60 and Remote Community Monitor
(Environics Research Group)

Ontario Trend Report (Ipsos-Reid)

Options for Western Canada (Ipsos-Reid)

CROP-Express (CROP)

International Issues

Corporate Social Responsibility Monitor
(Environics International/GlobeScan)

Food Issues Monitor
(Environics International/GlobeScan)

Gallup Poll Tuesday Briefing, ePublication
(The Gallup Organization)

Global Issues Monitor
(Environics International/GlobeScan)

International Environmental Monitor
(Environics International/GlobeScan)

Rethinking North American Integration
(EKOS Research Associates)

*Rethinking Work: Understanding the New
North American Workforce and Workplace*
(EKOS Research Associates)

Survey of International Students in Canada
(Canadian Bureau of International Education)

Survey of Sustainability Experts
(Environics International/GlobeScan)

World Monitor (Ipsos-Reid)

Health Issues

Berger Population Health Monitor
(Earl Berger)

Canadians and Obesity – Measuring Awareness: Weighing Options (Ipsos-Reid)

Food for Thought (Compas)

HealthInsider (IBM Business Consulting Services)

Health Vision (ACNielsen)

Kids, Food and Obesity (Ipsos-Reid)

On Call: Compas on Emerging Diseases, Study 2, West Nile Disease (Compas)

The Compas SARS Project (Compas)

The West Nile Virus in Canada
(Decima Research)

High Technology, Innovation and Internet

The Canadian Inter@ctive Reid Report
(Ipsos-Reid)

Canadian Internet Project
(Canadian Media Research Consortium)

Internet Planner (ACNielsen)

The Face of the Web (Ipsos-Reid)

Rethinking the Information Highway
(EKOS Research Associates)

The Dual Digital Divide: Inclusion and Understanding Barriers
(EKOS Research Associates)

Security

Policing Perspectives – Public Perceptions of Law Enforcement in Canada (Pollara)

Public Safety and Security in the New Millennium (Ipsos-Reid)

Public Security Monitor
(EKOS Research Associates)

Business/Economic Issues

The Business Agenda (Compas)

Consumer TrendZ Report – formerly the Goldfarb Report
(Millward Brown Goldfarb)

Investment & Trade Promotion-Communications Product Testing
(The Earncliffe Strategy Group Inc.)

Marketing/Communications

Agricultural Event Marketing Survey
(Enigma Research Corporation)

Canadian Media Relations Review
(Ipsos-Reid)

Other Topics

Building Civic Engagement Among the Information Age Generations (D-Code)

Public Views Regarding Aboriginal People
(Ipsos-Reid)

Reconnecting Government with Youth
(Ipsos-Reid)

SheWatch (PeopleWatch Canada)

Appendix Four

Standing Offers

Series A – Qualitative Research

- The Strategic Counsel Inc.
- Environics Research Group
- The Earncliffe Strategy Group Inc.
- Ipsos-Reid Corporation
- Phoenix Strategic Perspectives Inc.
- Sage Research Corporation
- EKOS Research Associates Inc.
- TNS Canadian Facts Inc.
- Western Opinion Research Inc.
- Patterson Langlois Consultants
- Corporate Research Associates Inc.
- Decima Research Inc.
- Millward Brown Goldfarb
- Les Études de Marché Créatec +
- Pollara Inc.

Series B – Quantitative Research

- Environics Research Group
- The Strategic Counsel Inc.
- Ipsos-Reid Corporation
- Corporate Research Associates Inc.
- Phoenix Strategic Perspectives Inc.

- Millward Brown Goldfarb
- Les Études de Marché Créatec +
- Decima Research Inc.
- Pollara Inc.
- GPC International
- EKOS Research Associates Inc.
- TNS Canadian Facts Inc.
- The Earncliffe Strategy Group Inc.

Series C – Qualitative and/or Quantitative Research

- Environics Research Group
- The Strategic Counsel Inc.
- Ipsos-Reid Corporation
- Phoenix Strategic Perspectives Inc.
- EKOS Research Associates Inc.
- TNS Canadian Facts Inc.
- The Earncliffe Strategy Group Inc.
- Corporate Research Associates Inc.
- Decima Research Inc.
- Les Études de Marché Créatec +
- Millward Brown Goldfarb
- Pollara Inc.

Supply Arrangements

Series A – Qualitative Research

- The Earncliffe Strategy Group Inc.
- Environics Research Group
- The Strategic Counsel Inc.
- Ipsos-Reid Corporation
- Phoenix Strategic Perspectives Inc.
- Decima Research Inc.
- Les Études de Marché Créatec +
- Sage Research Corporation
- TNS Canadian Facts Inc.
- EKOS Research Associates Inc.
- Millward Brown Goldfarb
- Phase 5 Consulting Groups Inc.
- Corporate Research Associates Inc.
- Western Opinion Research Inc.
- Vision Research
- Patterson Langlois Consultants
- GPC International
- Goldfarb Intelligence Marketing Corporation
- Pollara Inc.

Series B – Quantitative Research

- Environics Research Group
- Phoenix Strategic Perspectives Inc.
- The Strategic Counsel Inc.
- Millward Brown Goldfarb
- Decima Research Inc.
- Ipsos-Reid Corporation

- Les Études de Marché Créatec +
- Pollara Inc.
- EKOS Research Associates Inc.
- TNS Canadian Facts Inc.
- The Earncliffe Strategy Group Inc.
- Corporate Research Associates Inc.
- GPC International
- Corum – Continuum Research
- Léger Marketing

Series C – Qualitative and/or Quantitative Research

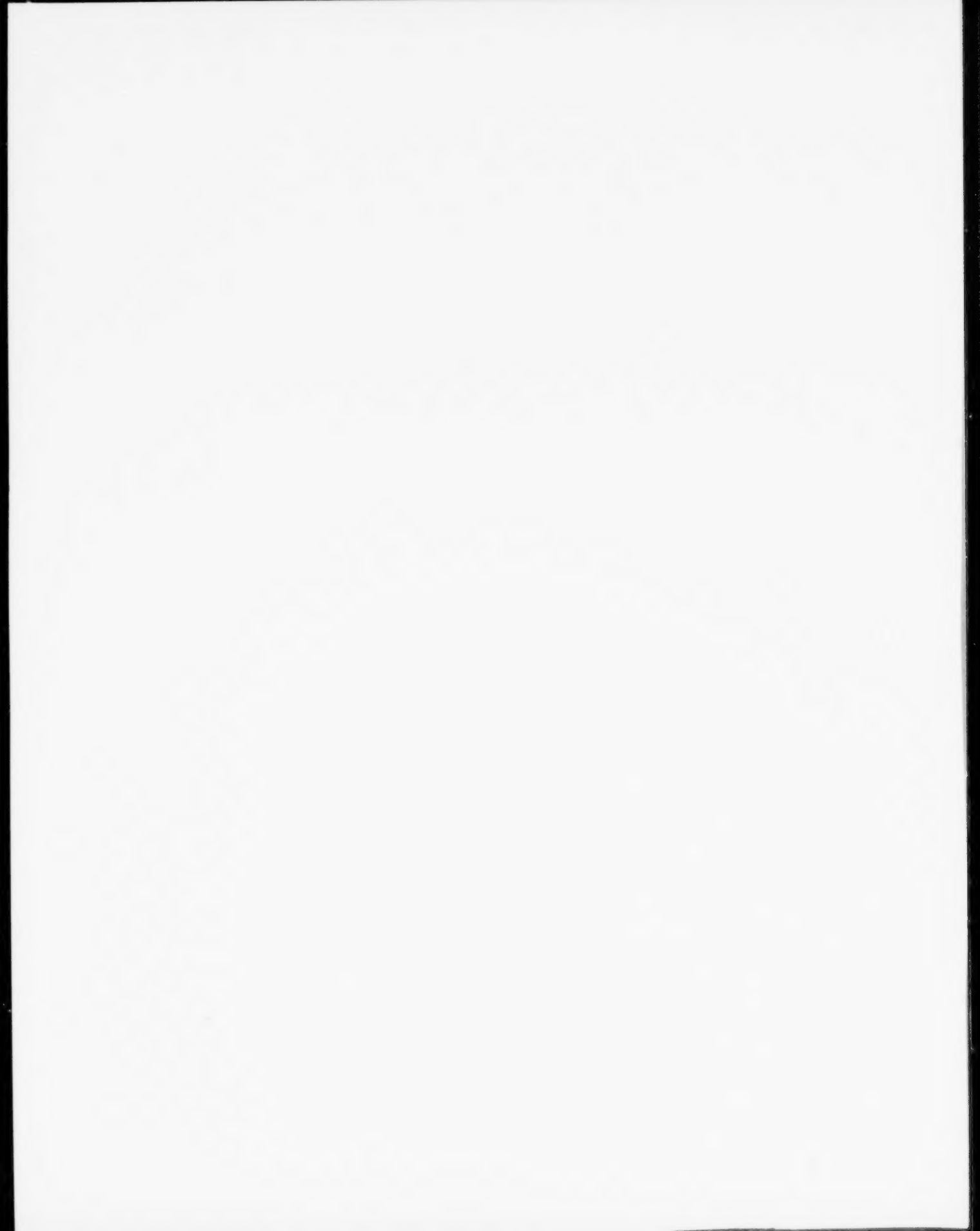
- Environics Research Group
- The Strategic Counsel Inc.
- Phoenix Strategic Perspectives Inc.
- Decima Research Inc.
- Ipsos-Reid Corporation
- The Earncliffe Strategy Group Inc.
- Les Études de Marché Créatec +
- Millward Brown Goldfarb
- EKOS Research Associates Inc.
- TNS Canadian Facts Inc.
- Corporate Research Associates Inc.
- Pollara Inc.
- GPC International

La recherche
sur l'opinion publique
au gouvernement
du Canada



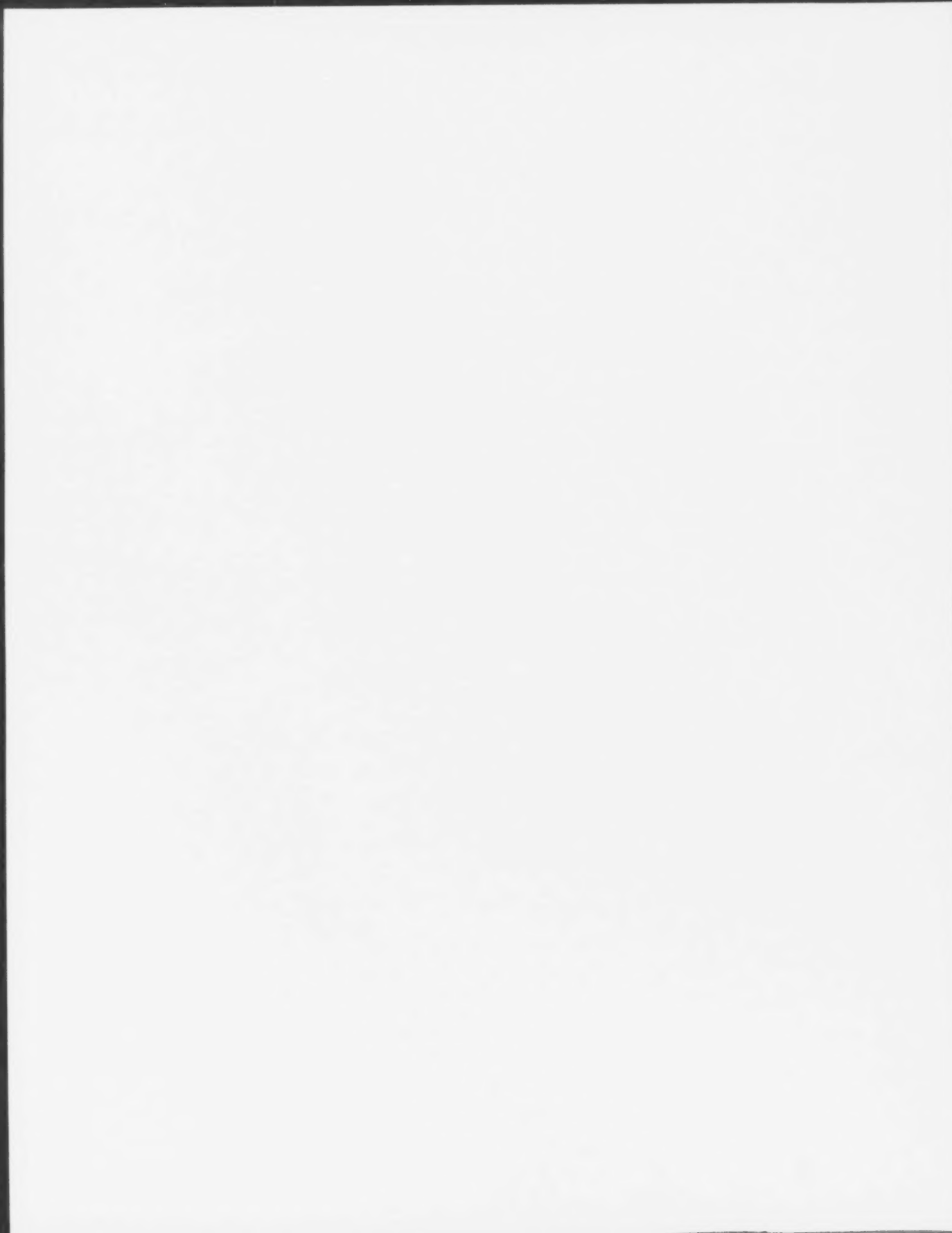
Rapport annuel 2003-2004

Préparé par Travaux publics et Services gouvernementaux Canada



Publié par la Direction générale des services d'information du gouvernement de
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada
Octobre 2004

Pour plus de renseignements, veuillez communiquer avec la
Direction de la recherche sur l'opinion publique au (613) 943-5130.
Version électronique : www.communication.gc.ca
Numéro de catalogue : P100-1/2004
ISBN : 0-662-68376-5



Message du Ministre



La recherche sur l'opinion publique joue un rôle de plus en plus important alors que le gouvernement du Canada tente d'équilibrer les besoins et les désirs des citoyens d'une part, et les réalités de ses ressources financières d'autre part. Cette recherche se veut une ressource essentielle dans l'élaboration des politiques gouvernementales, des programmes et des communications axées sur les attentes des citoyens aussi bien que dans l'estimation de la valeur des dépenses publiques. Elle fournit les éléments de compréhension d'une gouvernance nationale éclairée et pratique.

Le rapport 2003-2004 montre comment :

- la recherche sur l'opinion publique est liée à plusieurs décisions clés du gouvernement du Canada touchant tous les Canadiens;
- les ministères et les organismes du gouvernement du Canada atteignent une plus grande efficacité en travaillant ensemble au partage de l'information et des résultats;
- les mesures de protection opérationnelles assurent la transparence, l'optimisation des ressources et l'intégrité dans l'acquisition de la recherche sur l'opinion publique.

Des améliorations particulières soutiennent ces réalisations générales qui feront de la recherche sur l'opinion publique une ressource solide et fiable dans l'élaboration des politiques et des programmes gouvernementaux. Ces politiques et ces programmes s'appuient sur la base solide qui a incité la vérificatrice générale à conclure en 2004 que, dans l'ensemble, la recherche sur l'opinion publique est gérée avec transparence, les rôles et les responsabilités étant clairement définis. Cette conclusion rejoint une évaluation faite par le Secrétariat du Conseil du Trésor en 2002.

Les nouvelles ententes relatives à l'achat de recherche sur l'opinion publique illustrent parfaitement les changements survenus. Elles résultent de consultations exhaustives avec des représentants des principales associations canadiennes des études de marché, des ministères et des organismes du gouvernement. Il en ressort un processus qui assure non seulement aux sociétés canadiennes qualifiées un accès égal aux contrats de recherche sur l'opinion publique du gouvernement, mais qui garantit également aux Canadiens qu'ils obtiendront des produits de qualité, intègres et correspondant à la valeur des dollars consacrés à la recherche.

Nous cherchons toujours des améliorations additionnelles, guidés par les principes de l'optimisation des ressources, de l'administration, de la souplesse et de la transparence. Par exemple, comme nous le constaterons à la lecture de ce rapport, nous aurons davantage recours à la technologie de l'information pour améliorer l'efficacité et renforcer l'administration de la recherche sur l'opinion publique. Au cours de ce processus, et d'autres, nous continuerons à consulter les principales associations canadiennes d'études de marché, de même que les ministères et les organismes du gouvernement.

En résumé, je me suis engagé dans une recherche constante de l'excellence en matière de recherche sur l'opinion publique au gouvernement du Canada, tout comme le gouvernement s'est lui-même engagé à écouter les Canadiens.

Scott Brison
Ministre des Travaux publics et des
Services gouvernementaux

Table des matières

- 5 Introduction
 - 6 Examen de la recherche sur l'opinion publique effectué par la vérificatrice générale
- 7 La Direction de la recherche sur l'opinion publique au travail
 - 8 Recherche sur l'opinion publique : ressources et outils
- 13 Enjeux et activités pour 2004-2005
- 14 Aperçu de la recherche sur l'opinion publique au gouvernement du Canada en 2003-2004
 - 14 Investissement annuel total en recherche sur l'opinion publique
 - 15 Volume global d'activités – Avis conseils
 - 16 Principaux ministères et organismes pour l'ensemble de la recherche sur l'opinion publique selon le volume d'activités
 - 17 Investissement en recherche sur l'opinion publique de 2001 à 2004
 - 18 Comparaison des études personnalisées et des études multiclients
 - 19 Type de recherche exprimé en pourcentage de l'investissement total en recherche personnalisée
 - 20 Pourcentage des projets et investissement total basés sur la méthodologie des recherches personnalisées
- 21 Points saillants des principaux projets de recherche sur l'opinion publique
 - 21 Santé Canada
 - 22 Développement des ressources humaines Canada
 - 23 Patrimoine canadien
 - 23 Affaires étrangères et Commerce international Canada
 - 24 Agence des douanes et du revenu du Canada
 - 25 Industrie Canada
 - 25 Agriculture et Agroalimentaire Canada
 - 26 Ressources naturelles Canada
 - 26 Environnement Canada
 - 27 Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada
- 28 Points saillants des investissements dans les études multiclients
- 30 Classement des sociétés de recherche
 - 30 Dix premières sociétés de recherche pour l'ensemble de la recherche sur l'opinion publique selon le volume d'activités
 - 31 Dix premières sociétés de recherche pour les études multiclients selon le volume d'activités
 - 32 Dix premières sociétés de recherche pour la recherche personnalisée selon le volume d'activités
- 33 Annexes
 - 33 Annexe 1 : Liste complète des ministères et organismes selon le volume d'activités
 - 35 Annexe 2 : Liste complète des sociétés de recherche selon le volume d'activités
 - 39 Annexe 3 : Aperçu thématique des études multiclients en 2003-2004
 - 41 Annexe 4 : Offres à commandes et Arrangements en matière d'approvisionnement

Introduction

La recherche sur l'opinion publique (ROP) offre au gouvernement du Canada un poste d'écoute d'où il entend clairement les opinions des Canadiens sur ses programmes, ses politiques et ses services. La ROP informe le gouvernement de ce que les Canadiens pensent et attendent. Elle guide ses efforts en vue de les servir grâce à de nouveaux services comme les centres de services, les sites Web et la messagerie électronique. Elle fournit une connaissance approfondie de la façon dont ils reçoivent l'information et permet de savoir s'ils trouvent réponse à toutes leurs questions.

La recherche sur l'opinion publique donne au gouvernement du Canada les moyens de se tenir au courant des conditions et des exigences qui varient d'un endroit à l'autre au pays. Elle détermine également si les politiques et les programmes répondent aux besoins de la population.

La saine gestion publique exige du gouvernement du Canada qu'il assure la plus haute qualité de recherche possible pour éviter le dédoublement des efforts et pour créer une banque de travaux déjà effectués. La Direction de la recherche sur l'opinion publique de Travaux publics et Services gouvernementaux Canada (TPSGC) a pour mandat de fournir un centre d'expertise en recherche sur l'opinion publique.

La Direction a la responsabilité technique de la recherche sur l'opinion publique faite au gouvernement du Canada et détient l'autorité nécessaire pour la coordonner. Elle facilite la réalisation d'études de ROP en aidant les ministères pendant les diverses étapes du processus pour qu'ils atteignent leurs objectifs à temps et de façon efficace. En outre, elle offre des conseils et de la formation pour que les ministères utilisent la recherche sur l'opinion publique plus efficacement, améliorant ainsi l'optimisation des ressources concernant cet investissement. Elle participe au mandat de la Direction générale des services d'information du gouvernement nouvellement créée en aidant les ministères à communiquer plus efficacement avec les Canadiens.

Le rapport annuel 2003-2004 retrace le travail de la Direction et la recherche qu'elle coordonne. Il comprend les points saillants de la recherche entreprise par les ministères qui dépendent le plus de la recherche sur l'opinion publique. Le rapport débute par un aperçu des résultats de l'examen de la recherche sur l'opinion publique qu'a effectué la vérificatrice générale.

Examen de la recherche sur l'opinion publique effectué par la vérificatrice générale

En 2003, la vérificatrice générale s'est penchée sur l'administration de la recherche sur l'opinion publique, en particulier sur les activités échelonnées de 1999 à 2003. La vérification visait plus particulièrement à déterminer si le gouvernement contrôlait adéquatement ses activités de recherche sur l'opinion publique, s'il optimisait ses ressources et si le processus de passation des contrats était transparent.

La vérificatrice générale a déclaré que les activités de recherche sur l'opinion publique étaient « bien gérées », de façon transparente et à l'aide de mesures de contrôle adéquates. « Ces activités étaient coordonnées de façon centrale, conformément aux politiques. Les rôles et les responsabilités étaient, pour la plupart des activités, suffisamment clairs. » Selon le rapport, un guide d'orientation sur les procédures et un guide de recherche ont été produits pour aider les ministères dans leur recherche sur l'opinion publique.

La vérification contenait également des suggestions d'améliorations possibles, par exemple dans les cas où il serait envisageable de réaliser de plus grandes économies par l'achat, à un prix global, de rapports de recherche multiclients. Elle faisait aussi ressortir les cas où les rapports de recherche des ministères n'étaient pas remis ou n'étaient pas remis à temps à la Direction de la recherche sur l'opinion publique pour dépôt à la Bibliothèque nationale du Canada et à la Bibliothèque du Parlement.

Dans le cadre de son engagement à s'améliorer continuellement, la Direction de la recherche sur l'opinion publique a mis en œuvre un plan d'action qui aborde les questions spécifiques soulevées par la vérificatrice générale. Ce travail se poursuit durant le présent exercice financier. Parmi les principaux points, notons les suivants :

- En mai 2004, nous avons mis en application de nouvelles offres à commande et de nouveaux arrangements en matière d'approvisionnement qui découlent des consultations exhaustives menées auprès de l'industrie de la recherche et des ministères du gouvernement.
- Nous sommes en train de mettre au point, avec nos collègues de la Direction des achats de TPSGC, une nouvelle stratégie d'approvisionnement pour l'achat à un prix global de recherche multiclients.
- Pour la période de vérification, la proportion de ministères qui se sont conformés à l'obligation de soumettre des rapports pour dépôt public a grimpé à 97 %. Le nombre a connu une hausse suivant le recours aux rappels électroniques provenant d'une nouvelle base de données. À partir de maintenant, nous demanderons à tous les ministères de remettre des rapports de recherche écrits.
- Nous apportons des améliorations supplémentaires à la gestion de la recherche sur l'opinion publique, lesquelles feront augmenter le taux d'efficience au gouvernement, amélioreront l'information et la gestion des connaissances tout en renforçant le respect des politiques et des procédures gouvernementales. Nous réaliserons ce projet en implantant, en 2004-2005, une plate-forme de gestion électronique de projets et une base de données accessibles à tous les ministères.

La Direction de la recherche sur l'opinion publique au travail

La valeur de la recherche sur l'opinion publique devient de plus en plus évidente dans les organismes gouvernementaux comme moyen d'aider à :

- informer les fonctionnaires de l'évolution des programmes et des services ainsi que des produits de communication;
- évaluer les initiatives et les plans en matière de politique;
- concevoir des méthodes de prestation de programmes et de services gouvernementaux;
- mesurer les demandes et les attentes de la population canadienne et des autres parties intéressées, par exemple les entreprises;
- évaluer les programmes et les services pour assurer l'optimisation des fonds publics dépensés.

Son importance se reflète dans la Politique de communication du gouvernement du Canada qui encourage précisément celui-ci à entreprendre de la recherche sur l'opinion publique dans l'élaboration de ses programmes, de ses politiques et de ses services. Le mandat de coordonner et de gérer cette entreprise est confié à la Direction de la recherche sur l'opinion publique de Travaux publics et Services gouvernementaux Canada. La Direction de l'approvisionnement en communication de TPSGC est la seule autorité contractante en recherche exécutée au nom du gouvernement du Canada.

Dans le cadre de la Politique de communication, on exige des institutions fédérales qu'elles informent la Direction de tous leurs projets de recherche sur l'opinion publique avant de prendre quelque disposition contractuelle que ce soit. La Direction aide les ministères et les organismes en leur fournissant des conseils d'experts, en facilitant l'approvisionnement en services, en partageant les pratiques exemplaires et les résultats de recherche, et en coordonnant le travail dans les divers ministères.

Les Services d'avis conseils proposent de l'expertise en recherche pour aider les organismes gouvernementaux à mettre au point de la recherche pertinente et fiable afin de prendre des décisions éclairées. Les conseillers deviennent les partenaires des organismes avec lesquels ils travaillent, et acquièrent ainsi des connaissances approfondies et directement liées aux projets. L'aide qu'ils offrent en conception de la recherche, en enjeux juridiques et politiques, en normes industrielles, en méthodes d'approvisionnement et sur la façon d'optimiser le plus possible les ressources financières affectées à chaque projet est taillée sur mesure.

Grâce au Transfert de connaissances, on encourage les partenariats et le partage de la recherche dans tout le gouvernement du Canada. Le groupe qui en est responsable produit aussi divers guides de recherche et organise des colloques et des réunions d'échange d'information. Il veille à ce que les rapports de recherche soient mis à la disposition du public par l'entremise de

la Bibliothèque nationale du Canada et de la Bibliothèque du Parlement. Il gère également un site de réseautage Extranet en recherche et produit le rapport annuel sur la recherche coordonnée au nom du gouvernement du Canada.

Les procédures contractuelles varient d'un projet à l'autre, selon l'envergure, la valeur monétaire du projet et d'autres facteurs. Ces procédures, mises au point par TPSGC, font en sorte que le gouvernement atteigne les résultats souhaités et que tous les fournisseurs potentiels soient traités équitablement au cours du processus d'approvisionnement.

En 2003-2004, la Direction a coordonné 593 projets de ROP évalués à plus de 25,4 millions de dollars. L'année précédente, 576 projets d'une valeur de 23,7 millions de dollars avaient été réalisés.

Recherche sur l'opinion publique : ressources et outils

Au gouvernement du Canada, la Direction de la recherche sur l'opinion publique est reconnue comme la gardienne des pratiques exemplaires et des techniques d'écoute des Canadiens. En exécutant son mandat, la Direction contribue au renouveau du processus d'offres permanentes qui renforcera la gestion de la recherche sur l'opinion publique et apportera la transparence nécessaire à toutes les transactions. Au cours de la dernière année, elle a également créé plusieurs nouvelles ressources pour aider les praticiens de la fonction publique à concevoir et à mener leur recherche sur l'opinion publique. Une brève description de ces outils et de ces ressources suit.

Base de données en gestion de projets de ROP

En réponse aux préoccupations exprimées par la vérificatrice générale et en vue de renforcer l'obligation de rendre compte, d'améliorer la transparence et de promouvoir le partage de l'information, une base de données en ligne sur la ROP a été créée en 2003 et a fait l'objet de nombreuses mises à l'essai en commençant par la participation à l'exposition GovNet 2003 ayant pour thème « Transcender la technologie ». Une fois pleinement opérationnelle, cette base de données offrira un système rationalisé basé sur le Web pour simplifier la gestion de projets, accélérer la diffusion des résultats de recherche, faciliter la collaboration et réduire les chevauchements. La base de données sera accessible à tous les ministères qui l'utiliseront comme leur propre système de gestion lorsqu'ils exécuteront des projets de ROP et comme un outil favorisant une plus grande coordination des questions horizontales qui ajoutent de la valeur à chaque activité.

La base de données a été mise au point pour offrir un accès en ligne aux détails pertinents à la recherche prévue, en cours et terminée, de même qu'aux résultats de recherche. Les coordonnateurs de recherche des ministères seront en mesure de soumettre les détails portant sur de nouveaux projets de recherche et de faire le suivi des progrès accomplis.

Plusieurs ministères participent à un projet-pilote sur l'utilisation de la base de données et une étude indépendante a été faite à ce sujet en mars 2004. On prévoit qu'elle servira pleinement en 2004-2005.

Processus d'appel d'offres

La Direction a travaillé avec les ministères et la Direction de l'approvisionnement en communication de TPSGC pour mettre au point des outils comme les offres permanentes et les arrangements en matière d'approvisionnement qui facilitent l'approvisionnement opportun et efficace en projets de recherche. Le renouveau récent des politiques gouvernementales sur les services de recherche sur l'opinion publique a commencé par des consultations auprès de quatre associations de l'industrie – l'Association de l'industrie de la recherche marketing et sociale, l'Association canadienne des organisations de recherche en marketing, l'Association professionnelle de recherche en marketing et le Canadian Survey Research Council – et de représentants des ministères du gouvernement. À l'unanimité, les intervenants favorisaient une nouvelle approche, et un groupe de travail formé de représentants de l'industrie et du gouvernement a collaboré à établir les bases d'une nouvelle politique. En mai 2004, de nouvelles offres permanentes et des arrangements en matière d'approvisionnement étaient en place. (Voir Annexe 4)

Les principaux éléments des nouveaux outils optimisent les ressources en créant un bassin plus vaste de fournisseurs dans tout le Canada et une plus grande transparence dans le processus de sélection. Ils avivent la concurrence entre les sociétés tout en donnant à chacune de meilleures chances de faire concurrence aux autres en vue d'obtenir des contrats du gouvernement.

Évaluation de la publicité

La Direction de la recherche sur l'opinion publique et le Bureau du Conseil privé ont coprésidé un comité interministériel regroupant les coordonnateurs de recherche sur l'opinion publique qui participent à l'évaluation des grandes campagnes publicitaires du gouvernement du Canada. Le principal moyen utilisé pour évaluer l'efficacité des campagnes de publicité est l'Outil d'évaluation des campagnes publicitaires (OECF). Récemment mis au point et testé, cet outil comprend une série de questions types à ajouter aux évaluations ministérielles des campagnes de publicité du gouvernement du Canada.

On demande qu'il soit employé dans toutes les grandes campagnes de publicité dont le budget média dépasse 400 000 \$, mais il serait souhaitable d'y recourir également dans les campagnes de moindre envergure. En plus de mesurer l'efficacité des campagnes, l'OECF aidera les ministères à économiser au chapitre de la conception des questionnaires et améliorera la constance de la recherche grâce à l'emploi de questions types.

Techniques de recherche : Optimisez vos ressources

La publication intitulée *Techniques de recherche : Optimisez vos ressources* donne aux employés du gouvernement du Canada un aperçu de la recherche sur l'opinion publique. On y expose les avantages et les inconvénients des méthodes actuelles de collecte des données dont les méthodes de recherche conventionnelles et les techniques émergentes ayant recours à l'Internet.

L'un des points forts de ce document est le guide qui oriente, étape par étape, l'utilisateur dans tout le processus, à commencer par savoir quelle méthodologie servirait le mieux les objectifs de son projet. Il aide l'utilisateur à décider si des données qualitatives ou quantitatives, ou une combinaison des deux, constituent le moyen le plus utile pour atteindre son but. Des exemples et des tableaux comparatifs figurent aussi dans la publication.

D'autre part, on y définit la recherche sur l'opinion publique. Le guide contient une brève description de la marche à suivre pour acquérir de la recherche et une liste de contrôle des principaux éléments inhérents au processus de recherche, de même qu'un glossaire du vocabulaire s'y rapportant.

Plus de 1 300 exemplaires de *Techniques de recherche : Optimisez vos ressources* ont été distribués dans les deux mois suivant son lancement à la Conférence des communicateurs tenue en 2003. La publication avait également été remise aux ministères clients, aux directeurs généraux des communications et à certains bureaux régionaux du Ministère. Elle demeure un guide d'introduction populaire pour ceux qui entreprennent de la recherche au gouvernement du Canada.

Techniques de recherche : Optimisez vos ressources est disponible à la Direction de la recherche sur l'opinion publique. On en trouve une version électronique sur le site Internet www.tpsgc.gc.ca et sur le site Extranet CommNET à <http://commnet.gc.ca>.

La recherche sur l'opinion publique au gouvernement du Canada : Rapport annuel 2002-2003

Le rapport annuel 2002-2003 a été distribué aux ministres du Cabinet, aux cadres supérieurs du Ministère et aux ministères en novembre 2003. Il a également paru sur Internet. En plus de mettre en évidence l'ensemble des activités de recherche sur l'opinion publique administrées par la Direction de la recherche sur l'opinion publique, le rapport contient des résumés de travaux menés par les ministères qui avaient le plus investi en ROP. L'information provenant des ministères les plus actifs fournissait un aperçu de l'importance et de l'envergure de la recherche sur l'opinion publique au sein de leurs organisations respectives. Cette caractéristique se dégage encore du rapport annuel 2003-2004 où l'on donne des exemples pratiques de la valeur et des possibilités multiples de la ROP à tous les gestionnaires de la fonction publique.

Pour des communications réussies : L'alphabétisme et vous

Cette trousse d'outils aide les communicateurs du gouvernement à transmettre leur message à tous les utilisateurs et les destinataires de façon efficace et facile à comprendre. Elle propose un aperçu des principales techniques à employer pour réussir ses communications, des exemples pratiques et des études de cas s'appliquant aux communications utilisant tous les médias, de même que des outils d'évaluation. Lancée lors de la Conférence des communicateurs du gouvernement du Canada en mai 2003, la trousse est devenue la base d'un atelier parrainé conjointement avec Santé Canada. Les applications pratiques de la trousse d'outils sont à l'origine des messages qui apparaissent sur les paquets de cigarettes.

ROP sur CommNET

CommNET, le site de ressources à l'intention des communicateurs du gouvernement du Canada, renferme une section de première importance sur la recherche sur l'opinion publique. Ce site comprend une liste des conseillers en ROP et des ministères et organismes qu'ils desservent ainsi qu'une liste bilingue de près de 3 000 rapports de recherche sur l'opinion publique publiés par le gouvernement du Canada depuis 1994. Ces publications se trouvent à la Bibliothèque nationale du Canada et à la Bibliothèque du Parlement.

La section réservée à la recherche sur l'opinion publique sur CommNET est devenue un outil précieux pour les chercheurs. Ils ont, par exemple, accès au rapport annuel de recherche sur l'opinion publique du gouvernement du Canada qui contient des renseignements succincts sur le travail de recherche réalisé par les principaux ministères et organismes du gouvernement.

Sur le site figure aussi de l'information utile pour les personnes qui font leurs premières armes en recherche sur l'opinion publique. Les utilisateurs du site y trouveront un aperçu des résumés de recherche sur l'opinion publique qu'ils doivent établir quand s'amorce un projet de recherche. Cet aperçu est accompagné d'une section où l'on expose les avantages et les défis de la recherche sur l'opinion publique en ligne.

Toutes les publications de la Direction de la recherche sur l'opinion publique sont disponibles sur le site. Au cours des deux dernières années, le site a reçu plus de 5 400 visites.

Colloques et séances d'information

Un programme en expansion de colloques et de séances d'information tenus pour divers groupes et le nombre croissant de participants reflètent la confiance de plus en plus grande que l'on fait à la recherche sur l'opinion publique au gouvernement et l'intérêt qu'y portent les universitaires.

Public Opinion Research: Thinking Outside the Box, un aperçu de la ROP au gouvernement du Canada et une explication des outils mis à la disposition des ministères, a attiré plus de 200 personnes durant deux séances données à la Conférence annuelle des communicateurs.

Au cours de l'année, on a de nouveau offert *Des « pop-ups » aux panels : Comment mener efficacement des sondages en ligne* et, une fois de plus, plus de 100 participants ont assisté à la rencontre.

La Direction de la recherche sur l'opinion publique a élaboré une séance de 90 minutes sur la ROP. Elle est comprise dans le matériel didactique remis aux nouveaux cadres supérieurs de la fonction publique. Les premières réactions des participants ont été extrêmement positives et les ressources de la Direction sont distribuées dans le cadre du cours destiné aux nouveaux cadres supérieurs qui a lieu six fois par an.

Communauté de pratique

La Direction a continué à coordonner les rencontres bimensuelles des groupes de travail interministériels informels sur la recherche sur l'opinion publique et à y participer. Ce groupe, qui s'élargit sans cesse, compte maintenant des représentants de près de 30 ministères et organismes. Ils se rencontrent régulièrement pour discuter de questions d'intérêt mutuel comme les approvisionnements, les techniques de recherche émergentes, les initiatives interministérielles et le partenariat sur la recherche. On remarquait particulièrement cette année les démonstrations relatives à la création de sites Internet au sein de plusieurs ministères pour partager des résultats de recherche détaillés.

La Direction a également fourni des conseils stratégiques et des connaissances spécialisées en recherche en tant que membre du comité interministériel de recherche nouvellement formé pour coordonner toute la ROP se rapportant au Gouvernement en direct. Elle a collaboré à la préparation d'un guide des pratiques exemplaires et a participé à des ateliers pour présenter les avantages et les inconvénients de la recherche en ligne.

Enjeux et activités pour 2004-2005

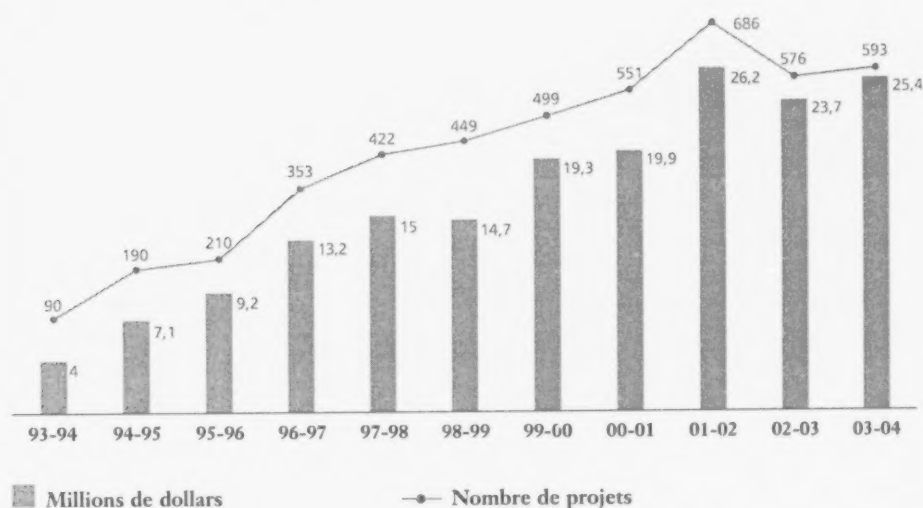
Dans l'exécution de son mandat, la Direction de la recherche sur l'opinion publique continuera à se pencher sur des enjeux d'importance comme ceux qui suivent :

- travailler avec les ministères et les organismes du gouvernement pour uniformiser la gestion de la ROP dans tout le gouvernement et pour encourager l'usage général des meilleures pratiques;
- aider les ministères et les organismes à améliorer la qualité de la recherche qu'ils entreprennent;
- faire en sorte que les connaissances acquises grâce à l'investissement en recherche soient partagées le plus possible;
- offrir davantage de formation sur les techniques de recherche émergentes.

Le gouvernement du Canada dépense environ trois millions de dollars par année pour réaliser des études multiclients, mais l'usage de ces études est réservé aux abonnés. La Direction a commencé à évaluer les besoins pour trouver une approche appropriée et plus rentable de répondre aux besoins en recherche multiclients dans les ministères et les organismes.

Aperçu de la recherche sur l'opinion publique au gouvernement du Canada en 2003-2004

Investissement annuel total en recherche sur l'opinion publique



L'importance de la recherche sur l'opinion publique dans les opérations gouvernementales transparaît dans les investissements que font le gouvernement du Canada, ses ministères et ses organismes.

La valeur monétaire de la ROP, donnée à contrat en 2003-2004, s'établissait à 25,4 millions de dollars, ce qui représentait une augmentation par rapport aux 23,7 millions de dollars dépensés l'année précédente. Pour la cinquième année consécutive, cette dépense approchait ou dépassait les 20 millions de dollars.

L'activité de 2003-2004, qui comprenait 593 projets, était légèrement plus importante que celle de l'année précédente où 576 projets avaient été entrepris. Santé Canada et Développement des ressources humaines Canada (maintenant Ressources humaines et Développement des compétences Canada et Développement social Canada) cumulaient 168 de ces projets, soit un peu plus du tiers du total.

Volume global d'activités – Avis conseils

Nature des demandes en 2003-2004



Travaux publics et Services gouvernementaux Canada est l'autorité qui coordonne toute la recherche sur l'opinion publique. Les ministères et les organismes présentent les sommaires de leurs projets et les conseillers en ROP déterminent si ceux-ci correspondent à la définition de la ROP*. Si c'est le cas, le projet est agréé et les conseillers offrent leurs services durant tout le projet de recherche. S'il ne l'est pas, les ministères entreprennent leur projet de façon indépendante.

En 2003-2004, 593 projets correspondaient à la définition de la ROP et on a compté 72 modifications entraînant des changements qui allaient des dates de livraison à la portée du projet. Il y a eu 87 autres demandes, y compris 70 projets qui n'avaient rien à voir avec la ROP et 17 qui ont été mis en attente, annulés ou en attente de renseignements plus détaillés. Cette catégorie comportait aussi des demandes d'offres à commandes.

** Les principales activités qui correspondent à la définition de la recherche sur l'opinion publique du Secrétariat du Conseil du Trésor se rapportent à la recherche sur l'opinion publique touchant les politiques, les projets de marketing et de communication, la qualité des études portant sur les services, les sondages multicients et les sondages omnibus ainsi que l'évaluation des programmes. Les activités qui ne sont pas considérées comme de la recherche sur l'opinion publique comprennent l'examen de documents ou de sources secondaires et la vérification du rendement d'un service ou de la prestation de biens tels que décrits dans le contrat.*

Principaux ministères et organismes pour l'ensemble de la recherche sur l'opinion publique selon le volume d'activités

Ministère ou organisme	En milliers de dollars	Nombre de projets
SANTÉ CANADA	4 866	105
DÉVELOPPEMENT DES RESSOURCES HUMAINES CANADA*	3 720	63
PATRIMOINE CANADIEN	1 758	42
COMMUNICATION CANADA*	1 459	22
AFFAIRES ÉTRANGÈRES ET COMMERCE INTERNATIONAL CANADA	1 337	23
AGENCE DES DOUANES ET DU REVENU DU CANADA*	1 304	21
INDUSTRIE CANADA	1 174	38
AGRICULTURE ET AGROALIMENTAIRE CANADA	962	20
RESSOURCES NATURELLES CANADA	912	31
ENVIRONNEMENT CANADA	717	27
SECRÉTARIAT DU CONSEIL DU TRÉSOR DU CANADA	615	13

* Les responsabilités et les noms de certains ministères et organismes mentionnés dans le présent rapport ont changé dans le cadre de la réorganisation du gouvernement du Canada.

Les préoccupations des Canadiens ayant trait aux questions de santé ressortent dans la recherche de Santé Canada qui a tenté de connaître les réactions du public à la Stratégie de contrôle du tabac et à des enjeux comme les attitudes des jeunes face aux drogues, les menaces pour la santé et les modes de vie sains. Le Ministère a également sondé les attitudes des membres des Premières nations vivant dans les réserves sur un grand nombre de questions de santé. C'est ainsi que Santé Canada a de nouveau devancé les ministères au chapitre de

l'utilisation de la recherche sur l'opinion publique, représentant 17,7 % du nombre total de projets et 19 % de l'investissement. Développement des ressources humaines Canada s'est classé au second rang. Cinq ministères et organismes disposaient de budgets de recherche variant de un à deux millions de dollars.

Les points saillants de la recherche entreprise par les plus grands utilisateurs de recherche sur l'opinion publique se trouvent au chapitre 5, page 21.

Investissement en recherche sur l'opinion publique de 2001 à 2004

(en milliers de dollars)

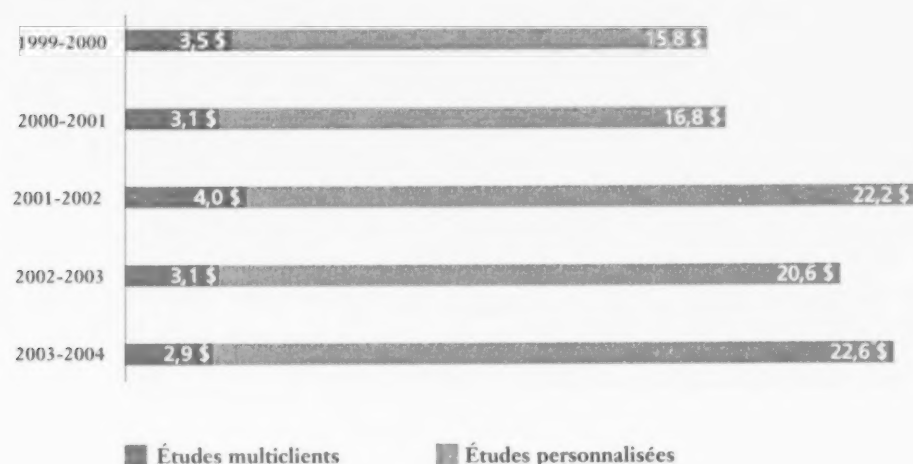
Ministère ou organisme	2001-2002		2002-2003		2003-2004	
	Valeur en \$	Nombre de projets	Valeur en \$	Nombre de projets	Valeur en \$	Nombre de projets
SANTÉ CANADA	4 036	88	4 270	81	4 866	105
DÉVELOPPEMENT DES RESSOURCES HUMAINES CANADA	2 614	62	2 120	60	3 720	63
PATRIMOINE CANADIEN	1 288	36	1 124	30	1 758	42
COMMUNICATION CANADA	2 117	70	3 176	75	1 459	22
AFFAIRES ÉTRANGÈRES ET COMMERCE INTERNATIONAL CANADA	867	18	870	16	1 337	23
AGENCE DES DOUANES ET DU REVENU DU CANADA	687	23	868	17	1 304	21
INDUSTRIE CANADA	1 834	54	1 584	42	1 174	38
AGRICULTURE ET AGROALIMENTAIRE CANADA	430	9	624	15	962	20
RESSOURCES NATURELLES CANADA	847	32	1 586	28	912	31
ENVIRONNEMENT CANADA	1 343	36	710	20	717	27
SECRÉTARIAT DU CONSEIL DU TRÉSOR DU CANADA	1 228	16	704	15	615	13

Au nombre des ministères et des organismes les plus actifs en recherche sur l'opinion publique, huit ont entrepris plus de projets en 2003-2004 qu'ils ne l'avaient fait l'année précédente. Patrimoine canadien affichait l'augmentation la plus marquée du nombre de projets qui passait de 30 à 42, soit une augmentation de 40 % se traduisant aussi par leur valeur en dollars (une augmentation de 56 % en comparaison à 2002-2003). Agriculture et Agroalimentaire Canada passe maintenant dans la catégorie la plus active, en partie à cause des préoccupations entourant la maladie de la vache folle.

Le Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada, Environnement Canada et Communication Canada comptaient moins de projets. Communication Canada, qui a été dissout le 1^{er} avril 2004, présentait le déclin le plus marqué, réalisant 22 projets en comparaison à 75 l'année précédente.

Comparaison des études personnalisées et des études multiclients

(en millions de dollars)



Une recherche personnalisée sur l'opinion publique est un travail commandé à une entreprise privée pour combler les besoins précis de recherche d'un ministère ou d'un organisme. L'organisme qui commande l'étude assume la propriété intellectuelle des rapports et des autres documents découlant du projet qui seront accessibles au public. Les résultats des rapports personnalisés commandés par le gouvernement du Canada relèvent du domaine public et sont mis à la disposition de tous.

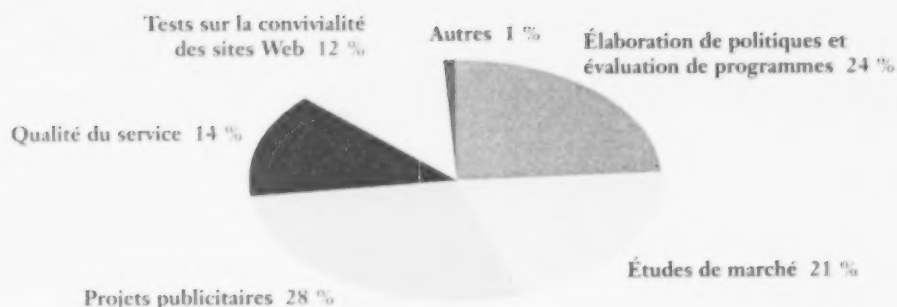
La recherche personnalisée compose la plus grande partie du travail entrepris par le gouvernement du Canada.

La recherche multiclients demeure la propriété de la société de recherche et les données rassemblées sur une vaste gamme de sujets sont offertes aux abonnés. Ces données contiennent souvent de l'information sur les tendances. La recherche multiclients est parfois efficace parce que tous les abonnés partagent les frais généraux, mais ils n'ont

pas le droit de diffuser l'information à d'autres parties, y compris les ministères du gouvernement. Les ministères et les organismes qui investissent dans des questions omnibus additionnelles peuvent partager les réponses à ces questions avec d'autres ministères et organismes.

En 2003-2004, le gouvernement du Canada réduisait ses investissements en recherche multiclients. Il achetait des études d'une valeur de 2,9 millions de dollars comparativement à 3,1 millions de dollars l'année précédente et 4 millions de dollars en 2001-2002. Cependant, la recherche personnalisée est passée de 20,6 millions de dollars à 22,6 millions, ce qui représente une augmentation de 10 %.

Type de recherche exprimé en pourcentage de l'investissement total en recherche personnalisée

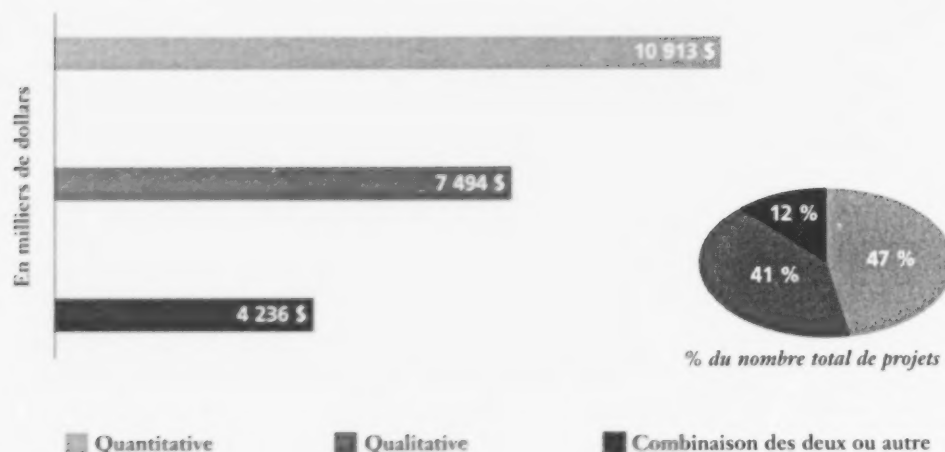


La recherche publicitaire, qui englobe le suivi de la publicité et les tests ainsi que l'essai de produits de communication, continue d'accaparer une part croissante des dépenses totales de recherche sur l'opinion publique. Elle représentait 28 % de tous les investissements en ROP en 2003-2004, ce qui constitue une hausse par rapport aux deux années précédentes où elle s'établissait à 23 % et 17 % respectivement. Les secteurs de l'élaboration de politiques et de l'évaluation de programmes (24 %) et des études de marché (21 %) étaient les autres utilisateurs principaux.

La qualité du service de recherche a doublé cette année, représentant 14 % de la valeur totale des projets, en comparaison à 7 % l'année précédente. Les ministères et les organismes du gouvernement se posent encore des questions quant à l'efficacité d'utiliser le Web auquel ils ont affecté 12 % de leurs dépenses de recherche en 2003-2004, comparativement à 11 % l'année précédente.

Pourcentage des projets et investissement total basés sur la méthodologie des recherches personnalisées

Méthodologies de recherche utilisées



La recherche quantitative se rapporte à l'information obtenue au sujet de certains membres d'une population cible ou de tous ses membres, grâce à des méthodes structurées comme un sondage permettant de tirer des conclusions applicables à la totalité de cette population. Près de la moitié du travail entrepris se classait dans cette catégorie.

La recherche qualitative concerne l'information obtenue de certains membres appartenant à une population cible grâce à des méthodes non structurées ou semi-structurées, notamment des groupes de discussion et des entretiens. Il est impossible

de projeter des résultats applicables à la population cible à partir de ce type de recherche. Quarante et un pour cent (41 %) de la recherche appartenait à cette catégorie, ce qui représente une augmentation par rapport aux 38 % observés l'année précédente.

Une partie de la recherche consistait en une combinaison de recherche quantitative et qualitative qui, avec la catégorie « autre », représentait 12 %. Le mot « autre » comprend les projets apparentés à la conception de la ROP (p. ex., la conception de questionnaires) et à l'analyse.

Points saillants des principaux projets de recherche sur l'opinion publique

La recherche sur l'opinion publique joue un rôle essentiel dans l'élaboration de politiques, de programmes et de services ayant des répercussions directes sur la vie quotidienne des Canadiens. Pour produire le présent rapport, nous avons demandé aux 10 ministères qui investissent le plus en recherche sur l'opinion publique de fournir un bref aperçu du travail qu'ils ont réalisé durant la période d'évaluation. Le lecteur trouvera leur contribution ci-dessous.

Santé Canada

Les soins de santé sont la priorité numéro un de la population canadienne. En conséquence, Santé Canada a abondamment recours à la recherche sur l'opinion publique afin de remplir sa mission, soit maintenir et améliorer l'état de santé des Canadiens et des Canadiennes, de surveiller les tendances et d'étudier les valeurs, les perceptions, la prise de conscience, les connaissances et les comportements reliés à un grand éventail de questions de santé.

Points saillants pour 2003-2004 :

- Le Ministère a fait de la recherche qualitative et quantitative pour soutenir le développement et la mise en œuvre de la Stratégie de contrôle du tabac. C'est une initiative de 480 millions de dollars en vue de réduire le tabagisme au Canada.
- Le Ministère a examiné la perception du risque et les attitudes des Canadiens quant aux nouvelles menaces et aux menaces émergentes pour la santé

publique, par exemple le virus du Nil occidental, le SRAS et la maladie de la vache folle.

- La recherche effectuée dans le cadre de la Stratégie canadienne antidrogue ciblait précisément les attitudes des jeunes envers la marijuana, en tenant compte de certains des facteurs psychosociaux plus vastes qui entrent en ligne de compte lorsque ceux-ci ont à faire des choix personnels face à la consommation de drogues.
- Une recherche de grande envergure explorait les attitudes des membres des Premières nations vivant dans les réserves face aux questions de santé comme le tabagisme, le diabète et la prévention des blessures.
- Diverses études portant sur les questions topiques du régime alimentaire et de l'exercice physique examinaient aussi les obstacles et les facteurs de motivation chez les adolescents et les familles dont l'horaire est chargé.

En 2004-2005, les soins de santé et la réforme du système de soins de santé demeureront très prioritaires, et la recherche suivra les perceptions et les préoccupations de la population canadienne à ces égards.

Le Ministère fera aussi appel à la recherche sur l'opinion publique pour appuyer la Stratégie en matière de modes de vie sains, explorer les attitudes à l'égard d'une saine alimentation, de l'activité physique et des maladies chroniques comme le cancer et la santé cardiovasculaire. Il suivra également les perceptions du risque reliées aux menaces pour la santé publique, notamment les épidémies de grippe et le virus du Nil occidental.

Développement des ressources humaines Canada

(maintenant Ressources humaines et Développement des compétences Canada et Développement social Canada)

La recherche sur l'opinion publique est essentielle à l'élaboration et à la mise en œuvre des politiques et des programmes se rapportant aux ressources humaines canadiennes, car elle fournit des connaissances approfondies qui sous-tendent la stratégie socioéconomique fédérale visant une grande qualité de vie pour tous les Canadiens.

Pour la première fois, une étude exhaustive de l'opinion publique nationale sur les questions touchant les personnes handicapées a été entreprise pour comprendre les attitudes des Canadiens à cet égard. Le Bureau de la condition des personnes handicapées a commandé cette étude, parce que mieux connaître les attitudes du public à l'endroit des personnes handicapées et les questions les concernant représente un élément fondamental pour ouvrir un plus grand nombre de possibilités aux personnes ayant un handicap et leur donner la chance de participer pleinement à tous les aspects de la vie canadienne.

La recherche s'est faite en deux phases : d'abord, un sondage téléphonique auprès d'un groupe représentatif de 1 843 Canadiens, puis une recherche qualitative explorant plus en détail les résultats spécifiques de la recherche et les thèmes révélés lors de la première phase de l'étude.

L'accès aux études postsecondaires est un élément essentiel du plan d'action du gouvernement sur les compétences et l'apprentissage et Ressources humaines et Développement des compétences Canada met de l'avant un certain nombre d'initiatives en vue d'alléger le fardeau financier des Canadiens et des Canadiennes qui poursuivent des études postsecondaires. Le Ministère a entrepris une étude en deux phases de l'opinion du public sur le système d'appui aux Canadiens qui veulent accéder aux études postsecondaires. On y traite des questions se rapportant à la qualité, à l'accessibilité et au financement du système d'éducation. La recherche qualitative s'est faite dans divers endroits au Canada dont des régions où l'on affrontait des obstacles aux études postsecondaires, comme Glace Bay en Nouvelle-Écosse et Vernon en Colombie-Britannique. Une phase quantitative de suivi s'est fondée sur l'information recueillie durant la phase qualitative.

D'autres travaux de recherche sur l'opinion publique comprenaient le sondage annuel de suivi sur les attitudes envers l'assurance-emploi ainsi que la recherche s'appliquant au Gouvernement en direct et à la modernisation du service destiné aux Canadiens. Le Ministère a procédé à une évaluation de deux grandes campagnes de publicité, l'une informant les Canadiens des services du gouvernement offerts aux enfants et à leurs familles et l'autre touchant les nouvelles prestations pour soins prodigués avec compassion.

La recherche prévue portera sur des questions de modernisation du service, de services pour les enfants et leurs familles, sur le plan d'action sur les compétences et l'apprentissage, sur des problèmes liés au milieu de travail ainsi que sur les prestations d'emploi et les mesures de soutien. Le suivi de l'information sur les programmes établis fera également partie du programme.

Patrimoine canadien

Au cours de l'exercice 2003-2004, le Ministère a mené huit projets de mesure du taux de satisfaction de la clientèle envers ses programmes et ses services dont celle du service de la correspondance ministérielle et de la participation au concours vidéo de la campagne du « 21 mars » contre le racisme. Pour trois des huit projets, nous avons utilisé l'Outil de mesures communes (OMC). Par ailleurs, six projets ont permis de tester le site Culture.ca, de plus en plus populaire, ainsi que le matériel servant à en faire la promotion.

Les arts au Canada : Étude sur l'accessibilité et la disponibilité est un des projets d'importance réalisés en 2003-2004. Patrimoine canadien a pour mandat de rendre les arts accessibles aux Canadiens et d'appuyer les organisations artistiques et culturelles qui contribuent à définir l'identité canadienne. Dans ce contexte, il est essentiel de pleinement comprendre les opinions, les expériences et les attentes des Canadiens quant à leurs rapports avec les arts et la culture. Les résultats obtenus serviront à dresser un bilan de la situation qui nous aidera à bien orienter nos politiques et nos programmes liés aux arts et à la culture et à veiller à ce qu'ils soient réalistes.

Patrimoine canadien a donc mené une étude en deux volets : un sondage quantitatif auprès de 2 662 Canadiens de 15 ans et plus, y compris 772 entrevues auprès de Canadiens vivant en situation linguistique minoritaire (francophones hors Québec et anglophones du Québec). Ce sondage a été suivi d'une série de 12 groupes de discussion dans des localités représentatives des rapports de la population avec les arts. Dans le plan d'échantillonnage (quantitatif et qualitatif), nous avons porté une attention particulière aux jeunes et aux résidents des communautés rurales.

En 2004-2005, nous croyons que la tendance croissante à sonder la satisfaction des diverses clientèles dans le but d'améliorer les programmes et services de Patrimoine canadien se maintiendra. La recherche permettra également de dresser un juste portrait de l'utilisation d'Internet en tant que véhicule de communication pour diffuser et promouvoir la culture, les arts et la diversité canadienne.

Affaires étrangères et Commerce international Canada (maintenant *Affaires étrangères Canada et Commerce international Canada*)

Le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) a employé divers sondages de recherche sur l'opinion publique et diverses études pour suivre l'évolution des attitudes des Canadiens en ce qui concerne les grandes activités internationales. Parmi les ouvrages de recherche consultés figuraient les rapports *Focus Canada* de Environics, le *Sondage sur les communications* du MAECI, *À l'écoute des Canadiens* de Communication Canada, le *Public Security Monitor* et le *International Trade Survey* des Associés de recherche EKOS ainsi que le *PEW International Survey*.

Points saillants des constats :

- Les Canadiens disent qu'au plan international, leurs principales préoccupations sont la guerre et l'environnement, suivis de la faim dans le monde et du terrorisme. Le public est engagé envers le multilatéralisme, la négociation de nouveaux accords commerciaux, particulièrement en Europe et en Asie, la création d'une frontière plus sécuritaire entre le Canada et les États-Unis et une coopération plus étroite avec les États-Unis en matière de sécurité.

- Chez les Canadiens, l'antipathie à l'égard de la présente administration américaine sur les différends sur le bois d'œuvre et le bœuf, de même que la perception de l'unilatéralisme des États-Unis sont plus forts qu'en 2002. (Vingt-sept pour cent [27 %] des Canadiens disent que les États-Unis sont le pays le plus important pour le Canada.)
- L'appui accordé à la contribution du Canada à la guerre contre le terrorisme en Afghanistan demeure fort, tout comme le soutien au maintien de la paix. Bien que seulement 28 % des répondants disent que les Nations Unies sont une organisation efficace, 73 % des Canadiens préfèrent travailler avec les Nations Unies plutôt qu'avec les États-Unis lorsqu'il s'agit des problèmes mondiaux.
- Bien que les Canadiens perçoivent les avantages du commerce pour leur économie, 88 % d'entre eux croient que le Canada dépend trop lourdement du commerce avec les États-Unis et désirent une plus grande diversification.

Les Canadiens accordent de fortes cotes de confiance au gouvernement du Canada pour la façon dont il a traité les affaires internationales au cours de la dernière année, par exemple la crise en Irak, les relations canado-américaines, la promotion de la paix et de la sécurité, la promotion des droits de la personne à l'étranger et l'aide aux entreprises canadiennes dans les autres pays.

Agence des douanes et du revenu du Canada (maintenant Agence du revenu du Canada)

L'un des points centraux de la recherche sur l'opinion publique effectuée par l'Agence des douanes et du revenu du Canada (ADRC) visait les services fournis au public et comprenait son quatrième sondage annuel à grande échelle comportant des indicateurs d'opinion de haut niveau. L'Agence a aussi mené des études pour connaître les réactions du public à ses services électroniques, notamment aux méthodes de production des déclarations de revenus par téléphone et par Internet et à l'utilisation de son site Web.

Le premier sondage à l'intention des utilisateurs du site Web de l'ADRC, entrepris en 2003, consistait en un sondage téléphonique national par échantillons aléatoires s'adressant aux visiteurs de son site Web. Ce sondage fournissait des profils démographiques et comportementaux, évaluait le niveau de satisfaction envers divers aspects du site Web et explorait les rapports entre les voies de service par téléphone et Internet. On prévoit répéter en 2004 l'enquête de base à laquelle on aura ajouté des questions supplémentaires sur l'usage des voies de communication à services multiples.

Industrie Canada

En 2003-2004, la recherche sur l'opinion publique à Industrie Canada comprenait des projets personnalisés et multiclients relatifs à l'élaboration des politiques et des programmes, à la planification et à l'évaluation des communications, à l'essai du site Web et à la satisfaction des clients.

La principale recherche portait sur l'environnement public des entreprises et le grand public en rapport avec le programme économique et d'affaires du gouvernement du Canada. La première étude annuelle d'Industrie Canada mettait l'accent sur la recherche et le développement, la commercialisation, le commerce et l'investissement. Industrie Canada a continué à étudier l'incidence d'Internet sur les Canadiens et à faire progresser les initiatives liées au Gouvernement en direct grâce au développement et aux évaluations du site Web. Le Ministère s'est penché sur la satisfaction de sa clientèle et les études sur les voies de service dont la recherche sur les voies de communication préférées des entreprises. Il a également effectué une recherche de fond sur la protection des consommateurs et une campagne de sensibilisation du public à cet effet. Industrie Canada a aussi participé à certaines initiatives de recherche horizontale portant sur des sujets comme la biotechnologie et le commerce nord-américain.

Agriculture et Agroalimentaire Canada

La recherche sur l'opinion publique (ROP) est un outil important qui a fait progresser les principales priorités d'Agriculture et Agroalimentaire Canada en 2003-2004. La ROP menée par le Ministère au cours de l'année appuyait le Cadre stratégique pour l'agriculture (CSA), une initiative fédérale-provinciale majeure qui visait à positionner le Canada en tant que chef de file mondial dans la production d'aliments répondant aux normes de qualité et de salubrité les plus élevées, tout en étant novateurs et produits de manière à respecter l'environnement. Le Ministère a pris un certain nombre d'initiatives en recherche sur l'opinion publique pour mesurer les perceptions et les attitudes des producteurs canadiens et du grand public dans certains domaines essentiels au succès du CSA, notamment :

- le marquage du Canada dans l'industrie agricole et agroalimentaire;
- les politiques, les programmes et les initiatives se rapportant à la salubrité des aliments;
- la stabilisation du revenu et les programmes de protection du revenu;
- la formation axée sur les compétences et l'utilisation de pratiques de gestion bénéficiant aux agriculteurs;
- les sources d'information, la sensibilisation aux initiatives de communication et l'évaluation des produits de communication.

Un domaine d'enquête particulièrement nouveau concernait les vues du public sur les aliments fonctionnels. Près de 3 000 Canadiens, dont 800 professionnels de la santé, ont été sondés quant à leur sensibilisation, leurs connaissances et leurs opinions relatives aux aliments fonctionnels et nutriceutiques de même que l'usage qu'ils en font. Les sondages avaient pour but d'appuyer les activités de développement des marchés.

Ressources naturelles Canada

La recherche sur l'opinion publique à Ressources naturelles Canada (RNCa) desservait l'élaboration des politiques et des programmes (p. ex., le suivi de la sensibilisation au changement climatique et au Protocole de Kyoto et la compréhension de ces questions, ÉnerGuide, Energy Star et l'essence-éthanol); la planification et l'évaluation des communications (p. ex., les pré-tests des publicités se rapportant au Défi d'une tonne, les post-tests des principales campagnes de publicité Energy Star dans la presse écrite et à la télévision); la satisfaction des clients ainsi que les communications internes. Le Ministère continue à faire un usage grandissant des produits de recherche auxquels il s'abonne et des produits multicients pour sous-tendre l'analyse du contexte public. La recherche constitue par ailleurs un moyen économique d'explorer les lacunes qui se manifestent dans sa compréhension de l'opinion publique sur certains sujets (p. ex., la responsabilité sociale des entreprises) et dans certaines populations.

L'élaboration du site Web et son évaluation représentaient un tiers des projets de l'année dont la recherche s'appliquant à L'Atlas du Canada en ligne, au site Web de l'Office de l'efficacité énergétique (OEE) et à l'ensemble des sites du gouvernement du Canada consacrés aux sciences et à la technologie pour lesquels RNCa est le ministère principal. La recherche liée à ce projet exigeait des groupes de discussion avec divers publics, un sondage en ligne auprès des intervenants fédéraux et des essais de convivialité en profondeur avec les étudiants. Les résultats de ce programme de recherche en plusieurs étapes sont essentiels au développement d'un site en grappe qui donne aux Canadiens un accès efficace à des renseignements et à d'autres services en ligne de grande qualité en matière de sciences et de technologies, site auquel participent le gouvernement du Canada et ses partenaires.

Environnement Canada

Environnement Canada a conçu des initiatives afin d'appuyer les secteurs d'activité concernant la conservation, la protection et la météorologie ainsi que pour soutenir les enjeux de la gestion et des ressources humaines internes au Ministère. La recherche effectuée au cours des années 2003 et 2004 comprend plusieurs initiatives d'évaluation en ligne de produits et de services gérés à l'interne, des études régionales explorant des questions hydriques dans le bassin des Grands Lacs et des ressources en ligne au Québec, des sondages auprès des clients pour appuyer des programmes de protection de l'environnement et des services météorologiques, de même qu'un sondage pour jauger la connaissance d'un article classant le rendement social et environnemental d'entreprises et ses répercussions sur le comportement des consommateurs.

Le Ministère a également poursuivi son programme de recherche à l'appui du Défi d'une tonne en procédant à un examen de la documentation et en effectuant un sondage par panel pour étudier différentes questions d'engagement social chez les jeunes Canadiens. Les résultats de cette étude guideront les efforts de marketing social visant la jeunesse et fourniront un plan de base pour évaluer l'efficacité de ces efforts.

En 2004-2005, le Ministère prévoit continuer à explorer les attitudes du public sur l'eau, les toxines, la nature et le changement climatique. Les initiatives auxquelles nous pourrions donner suite comprennent les sondages d'opinion auprès des Canadiens et des Canadiennes quant à leurs points de vue sur l'infrastructure aquatique, la quantité et la gestion de l'eau, et des approches au changement climatique. D'autres recherches pourraient explorer les opinions des Canadiens concernant la *Loi canadienne sur la protection de l'environnement*, les sites contaminés, la *Loi sur les espèces en péril*, la gestion des sites naturels et le rôle du Canada dans la gestion de l'environnement à l'échelle

internationale. Le Service météorologique du Canada s'était aussi engagé à mener des sondages annuels sur la satisfaction à l'égard des prévisions sur les précipitations en vertu de l'Initiative d'amélioration des services.

Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada

La Direction du dirigeant principal de l'information (DDPI) du Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada a terminé, avec le groupe de recherche sur le Gouvernement en direct, une deuxième année complète de travaux sur Internet. Les consultants de la société Accenture ont qualifié ce groupe de « novateur » et il joue effectivement un rôle clé dans ce qu'ils appellent la « recherche inlassable » des commentaires des utilisateurs menée par le gouvernement du Canada. Un groupe d'utilisateurs canadiens d'Internet est recruté pour participer à des sondages en ligne et à des groupes de discussion en ligne tout au long de l'année. Au total, 6 727 personnes ont répondu au premier sondage en ligne et 4 141 ont répondu au deuxième. Il y avait aussi cinq groupes de discussion en ligne.

Au nombre des sujets couverts au cours de l'année par le groupe de recherche sur le Gouvernement en direct par le biais d'Internet se trouvaient les suivants :

- fonctionnalité, navigation et normalisation de l'aspect et de la convivialité des sites Internet du gouvernement du Canada;
- confidentialité, sécurité, authentification et partage de l'information dans un contexte en ligne;
- élaboration de la vision du gouvernement du Canada en ce qui a trait aux services à l'intention des Canadiens;

- marketing et communication de l'information et des services du Gouvernement en direct;
- obligation de rendre compte et transparence.

En plus du groupe de recherche, la DDPI continue à participer à des études par abonnement comme *Rethinking the Information Highway* des Associés de recherche EKOS et *Taking Care of Business* de l'Institut des services axés sur les citoyens.

La DDPI a en outre dirigé des groupes de discussion nationaux pour soutenir le développement continu de la voie de communication protégée du gouvernement du Canada. En plus de recourir à la recherche pour perfectionner l'outil d'authentification en ligne du gouvernement du Canada à l'intention des particuliers, la DDPI a appuyé l'élaboration d'un outil d'authentification destiné aux entreprises qui cherchent à conclure des transactions sécuritaires en ligne avec le gouvernement du Canada.

Points saillants des investissements dans les études multiclients

Études multiclients (Société)	Nombre de ministères abonnés	Coût total pour l'ensemble des abonnements ministériels (en milliers de dollars)
<i>FOCUS CANADA</i> (ENVIRONICS RESEARCH GROUP)	13	305
<i>THE IPSOS TREND REPORT CANADA</i> (IPSOS-REID)	12	124
<i>RETHINKING GOVERNMENT</i> (LES ASSOCIÉS DE RECHERCHE EKOS)	7	216
<i>RETHINKING NORTH AMERICAN INTEGRATION</i> (LES ASSOCIÉS DE RECHERCHE EKOS)	6	134
<i>CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY MONITOR</i> (ENVIRONICS INTERNATIONAL/GLOBE SCAN)	5*	27
<i>RETHINKING THE INFORMATION HIGHWAY</i> (LES ASSOCIÉS DE RECHERCHE EKOS)	4	257
<i>PUBLIC SECURITY MONITOR</i> (LES ASSOCIÉS DE RECHERCHE EKOS)	4	129
<i>PERSPECTIVES CANADA</i> (PERSPECTIVES CANADA)	4*	111
<i>INTERNATIONAL ENVIRONMENTAL MONITOR</i> (ENVIRONICS INTERNATIONAL/GLOBE SCAN)	4*	41
<i>3SC</i> (CROP)	3	155
<i>DUAL DIGITAL DIVIDE</i> (LES ASSOCIÉS DE RECHERCHE EKOS)	3*	48

Les ministères et les organismes du gouvernement font un usage régulier des études multiclients pour suivre l'évolution des opinions et des attitudes. Le présent tableau indique les noms des sociétés les plus actives et la valeur des abonnements. Certains ministères achètent des abonnements à la même étude pour un autre exercice, mais comme ils ont fait la dépense en 2003-2004, elle apparaît dans le tableau ci-dessus (*).

De même, certains ministères et organismes ont investi dans des questions omnibus en plus de leur abonnement à des études multiclients.

Un aperçu thématique des études multiclients se trouve à l'annexe 3, page 39.

Classement des sociétés de recherche

Dix premières sociétés de recherche pour l'ensemble de la recherche sur l'opinion publique selon le volume d'activités

Société	En milliers de dollars	Nombre de projets
LES ASSOCIÉS DE RECHERCHE EKOS	4 539	80
ENVIRONICS RESEARCH GROUP	3 232	55
IPSOS-REID	2 639	79
PHASE 5 GROUPE D'EXPERTS-CONSEILS	1 858	31
LES ÉTUDES DE MARCHÉ CRÉATEC +	1 599	24
MILLWARD BROWN GOLDFARB	1 416	29
CENTRE DE RECHERCHE DÉCIMA	1 310	38
SAGE RESEARCH	1 231	25
GPC INTERNATIONAL	1 075	11
POLLARA	885	15

Au cours du présent exercice, le gouvernement du Canada a eu recours aux services de 87 sociétés de recherche pour combler ses besoins en recherche sur l'opinion publique en comparaison à 74 sociétés en 2002-2003. Le gouvernement du Canada considérait Les Associés de recherche EKOS comme son fournisseur de recherche le plus actif pour ce qui est du nombre de projets et de leur valeur monétaire.

Ils ont mené 80 projets pour une valeur approximative de 4,5 millions de dollars. Environics Research Group s'est classé au deuxième rang avec 55 projets et une valeur approximative de 3,2 millions de dollars. Dix-sept (17) sociétés ont réalisé 10 projets ou plus chacune.

Une liste complète de toutes ces entreprises se trouve à l'annexe 2, page 35.

Dix premières sociétés de recherche pour les études multiclients selon le volume d'activités

Société	En milliers de dollars
LES ASSOCIÉS DE RECHERCHE EKOS	861
IPSOS-REID	515
ENVIRONICS RESEARCH GROUP	423
CROP	161
PERSPECTIVES CANADA	111
COMPAS	109
ENVIRONICS INTERNATIONAL*	105
INSTITUT D'ADMINISTRATION PUBLIQUE DU CANADA	86
GLOBE SCAN*	67
MILLWARD BROWN GOLDFARB	66

Les études multiclients des Associés de recherche EKOS représentaient tout juste plus de 30 % de l'investissement du gouvernement du Canada en recherche multiclients, soit une baisse d'environ 40 % par rapport à l'année précédente.

Ipsos-Reid et Environics Research Group se classaient respectivement au deuxième et au troisième rang.

** En novembre 2003, Environics International a adopté le nom de GlobeScan.*

Dix premières sociétés de recherche pour la recherche personnalisée selon le volume d'activités

Société	En milliers de dollars	Nombre de projets
LES ASSOCIÉS DE RECHERCHE EKOS	3 678	51
ENVIRONICS RESEARCH GROUP	2 808	38
IPSOS-REID	2 124	51
PHASE 5 GROUPE D'EXPERTS-CONSEILS	1 858	31
LES ÉTUDES DE MARCHÉ CRÉATEC +	1 599	24
MILLWARD BROWN GOLDFARB	1 350	27
CENTRE DE RECHERCHE DÉCIMA	1 297	36
SAGE RESEARCH	1 231	25
GPC INTERNATIONAL	1 075	11
POLLARA	869	14

Les Associés de recherche EKOS et Ipsos-Reid ont tous deux mené 51 projets de recherche personnalisée, mais la valeur monétaire du travail d'EKOS était plus

élevée. En termes de valeur monétaire, Environics Research Group se classait au second rang.

Annexe 1

Liste complète des ministères et organismes
selon le volume d'activités

Ministère ou organisme	En milliers de dollars	Nombre de projets
SANTÉ CANADA	4 866	105
DÉVELOPPEMENT DES RESSOURCES HUMAINES CANADA	3 720	63
PATRIMOINE CANADIEN	1 758	42
COMMUNICATION CANADA	1 459	22
AFFAIRES ÉTRANGÈRES ET COMMERCE INTERNATIONAL CANADA	1 337	23
AGENCE DES DOUANES ET DU REVENU DU CANADA	1 304	21
INDUSTRIE CANADA	1 174	38
AGRICULTURE ET AGROALIMENTAIRE CANADA	962	20
RESSOURCES NATURELLES CANADA	912	31
ENVIRONNEMENT CANADA	717	27
SECRÉTARIAT DU CONSEIL DU TRÉSOR DU CANADA	615	13
CITOYENNETÉ ET IMMIGRATION CANADA	561	19
AFFAIRES INDIENNES ET DU NORD CANADA	511	17
JUSTICE CANADA	510	16
FINANCES CANADA	510	9
PLACEMENTS ÉPARGNE CANADA	479	5
PARCS CANADA	425	13
ANCIENS COMBATTANTS CANADA	413	6
DÉFENSE NATIONALE	398	13
TRANSPORTS CANADA	324	6
AGENCE CANADIENNE D'INSPECTION DES ALIMENTS	297	8
BUREAU DU CONSEIL PRIVÉ	254	10

Liste complète des ministères et organismes selon le volume d'activités (suite)

Ministère ou organisme	En milliers de dollars	Nombre de projets
AGENCE DE PROMOTION ÉCONOMIQUE DU CANADA ATLANTIQUE	243	8
PÊCHES ET OCÉANS CANADA	195	6
GENDARMERIE ROYALE DU CANADA	194	4
AGENCE CANADIENNE DE DÉVELOPPEMENT INTERNATIONAL	143	5
DIVERSIFICATION DE L'ÉCONOMIE DE L'OUEST CANADA	128	7
DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE DU CANADA POUR LES RÉGIONS DU QUÉBEC	126	1
TRAVAUX PUBLICS ET SERVICES GOUVERNEMENTAUX CANADA	117	3
STATISTIQUE CANADA	93	6
INSTITUTS DE RECHERCHE EN SANTÉ DU CANADA	84	4
OFFICE NATIONAL DE L'ÉNERGIE	82	1
AGENCE DE LA CONSOMMATION EN MATIÈRE FINANCIÈRE DU CANADA	75	2
CONSEIL NATIONAL DE RECHERCHES CANADA	66	3
CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS CANADIENNES	65	2
INFRASTRUCTURES CANADA	51	2
ÉLECTIONS CANADA	41	2
SOLICITEUR GÉNÉRAL DU CANADA	32	1
BIBLIOTHÈQUE DU PARLEMENT	28	1
BUREAU DE LA PROTECTION DES INFRASTRUCTURES ESSENTIELLES ET DE LA PROTECTION CIVILE	25	1
ARCHIVES NATIONALES DU CANADA	25	1
COMMISSION DE LA FONCTION PUBLIQUE	24	1
COMMISSARIAT AUX LANGUES OFFICIELLES	24	1
CENTRE DE LA SÉCURITÉ DES TÉLÉCOMMUNICATIONS	24	1
COMMISSION DU DROIT DU CANADA	16	1
AFFAIRES INTERGOUVERNEMENTALES	6	1
CONDITION FÉMININE CANADA	5	1
COMMISSION CANADIENNE DE SÛRETÉ NUCLÉAIRE	5	1
RÉSOLUTION DES QUESTIONS DES PENSIONNATS INDIENS DU CANADA	4	1

Annexe 2

Liste complète des sociétés de recherche selon le volume d'activités

Société	En milliers de dollars	Nombre de projets
LES ASSOCIÉS DE RECHERCHE EKOS	4 539	80
ENVIRONICS RESEARCH GROUP	3 232	55
IPSOS-REID	2 639	79
PHASE 5 GROUPE D'EXPERTS-CONSEILS	1 858	31
LES ÉTUDES DE MARCHÉ CRÉATEC +	1 599	24
MILLWARD BROWN GOLDFARB	1 416	29
CENTRE DE RECHERCHE DÉCIMA	1 310	38
SAGE RESEARCH	1 231	25
GPC INTERNATIONAL	1 075	11
POLLARA	885	15
PATTERSON LANGLOIS CONSULTANTS	492	16
BINARIUS RESEARCH GROUP	440	12
RÉSEAU CIRCUM INC.	440	11
CROP	383	10
LÉGION ROYALE CANADIENNE	314	1
CORPORATE RESEARCH ASSOCIATES	304	10
LÉGER MARKETING	274	3
COMPAS	227	10
D-CODE	199	8
ENVIRONICS INTERNATIONAL/GLOBESCAN	196	18
DELTA MEDIA	171	6
R.A. MALATESTI & ASSOCIATES	156	4

Liste complète des sociétés de recherche selon le volume d'activités (suite)

Société	En milliers de dollars	Nombre de projets
PERSPECTIVES CANADA	111	4
PHOENIX STRATEGIC PERSPECTIVES	101	5
THE STRATEGIC COUNSEL	96	4
VIEWSTATS RESEARCH	96	1
INSTITUT D'ADMINISTRATION PUBLIQUE DU CANADA	86	2
LE SONDAGE BERGER	85	3
AD HOC MARKETING	74	4
PRICEWATERHOUSECOOPERS	68	1
THE EARNSCLIFFE STRATEGY GROUP	67	3
IBM BUSINESS CONSULTING SERVICES	67	3
WESTERN OPINION RESEARCH	50	2
FIRST NATIONS CENTRE	50	1
STRATHMERE ASSOCIATES INTERNATIONAL	50	2
BRISTOL GROUP	48	3
CONSORTIUM CANADIEN DE RECHERCHE SUR LES MÉDIAS	43	2
ACNIELSEN	41	3
VISION RESEARCH	40	2
PRAIRIE RESEARCH ASSOCIATES	36	3
SQM GROUP	32	2
CARLETON UNIVERSITY SURVEY CENTRE	25	1
GUILBAULT ET ASSOCIÉS	25	1
LA COMMISSION DES ÉTUDIANTS/ LE CENTRE D'EXCELLENCE POUR L'ENGAGEMENT DES JEUNES	25	1
YOUTHOGRAHY	25	1
MEMORIAL UNIVERSITY	25	1
PERFORMANCE MANAGEMENT NETWORK	25	1
BEARING POINT	25	1

Liste complète des sociétés de recherche selon le volume d'activités (suite)

Société	En milliers de dollars	Nombre de projets
VALSAR, CONSULTING SERVICE AND OPERATIONS	25	1
CHANGEMAKERS	25	1
GLOBAL CHANGE STRATEGIES INTERNATIONAL	25	1
THE BRAINSTORM GROUP	25	1
ONE WORLD	25	1
SOLUGIK AFFAIRES PUBLIQUES	25	1
ROWANWOOD CONSULTING	24	1
DENNERY RESSOURCES	24	1
DUXBURY, HIGGINS & ASSOCIATES	24	1
GOSS, GILROY & ASSOCIATES	24	1
STRATEGIC NAVIGATOR	24	1
IN-TOUCH SURVEY SYSTEMS	24	1
NP53 MARKETING GROUP	24	1
MCCLURE & CO.	21	1
CREATIVE RESEARCH INTERNATIONAL	21	1
ALTITUDE GROUPE CONSEIL	20	1
RESEARCH INNOVATIONS	18	1
CANWEST OPINION RESEARCH	18	1
BUREAU CANADIEN DE L'ÉDUCATION INTERNATIONALE	16	1
MASKERY	16	1
GENESIS PUBLIC OPINION RESEARCH	16	1
M.H. & L.T. DICKENSON CONSULTANT	16	1
SATISFACTS RESEARCH GROUP	14	1
PEOPLEWATCH CANADA	12	1
HARLEY HOUSE CONSULTANTS	11	1
INSIGHTRIX	11	1
LEVERUS	11	1

Liste complète des sociétés de recherche selon le volume d'activités (suite)

Société	En milliers de dollars	Nombre de projets
GARY BREEN AND ASSOCIATES	10	1
ENIGMA RESEARCH CORPORATION	10	1
TARGET CALL CENTRE	7	1
FAST CONSULTING	7	1
MALKALM CONSULTANTS	5	1
BATH & ASSOCIATES	5	1
AURORA RESEARCH INSTITUTE (CANADIAN CLIMATE IMPACTS ET ADAPTATION RESEARCH NETWORK – NORTH (NWT))	5	1
JOHN HOWARD SOCIETY OF MANITOBA	5	1
SHARPE DECISIONS	4	1
CONTINUUM RESEARCH	4	1
ALLIUM CONSULTING GROUP	4	1
GALLUP CANADA	0,136	1

Annexe 3

Aperçu thématique des études multiclients en 2003-2004

Le gouvernement du Canada s'est abonné à plusieurs études multiclients portant sur une vaste gamme de questions. Un aperçu thématique de ces études se trouve ci-dessous.

Aperçu de l'opinion publique nationale

3SC (CROP)

Les citoyens d'abord (Institut d'administration publique du Canada)

Environmental Monitor
(Environics International/GlobeScan)

Focus Canada (Environics Research Group)

Perspectives Canada (Perspectives Canada)

Rethinking Government
(Les Associés de recherche EKOS)

Survey of Border Towns
(Les Associés de recherche EKOS)

The Ipsos Trend Report Canada (Ipsos-Reid)

Rapports régionaux

Atlantic Omnibus Report
(Corporate Research Associates)

Looking West (Canada West Foundation)

North of 60 and Remote Community Monitor
(Environics Research Group)

Ontario Trend Report (Ipsos-Reid)

Options for Western Canada (Ipsos-Reid)

CROP-Express (CROP)

Enjeux internationaux

Corporate Social Responsibility Monitor
(Environics International/GlobeScan)

Food Issues Monitor
(Environics International/GlobeScan)

Gallup Poll Tuesday Briefing, publication électronique (The Gallup Organization)

Global Issues Monitor
(Environics International/GlobeScan)

International Environmental Monitor
(Environics International/GlobeScan)

Rethinking North American Integration
(Les Associés de recherche EKOS)

Rethinking Work: Understanding the New North American Workforce and Workplace
(Les Associés de recherche EKOS)

Survey of International Students in Canada
(Bureau canadien de l'éducation internationale)

Survey of Sustainability Experts
(Environics International/GlobeScan)

World Monitor (Ipsos-Reid)

Enjeux relatifs à la santé

Berger Population Health Monitor
(Earl Berger)
Canadians and Obesity – Measuring Awareness: Weighing Options (Ipsos-Reid)
Food for Thought (Compas)
HealthInsider
(IBM Business Consulting Services)
Health Vision (ACNielsen)
Kids, Food and Obesity (Ipsos-Reid)
On Call: Compas on Emerging Diseases, Study 2, West Nile Disease (Compas)
The Compas SARS Project (Compas)
The West Nile Virus in Canada
(Centre de recherche Décima)

Haute technologie, innovation et Internet

The Canadian Inter@ctive Reid Report
(Ipsos-Reid)
Canadian Internet Project (Consortium canadien de recherche sur les médias)
Internet Planner (ACNielsen)
The Face of the Web (Ipsos-Reid)
Rethinking the Information Highway
(Les Associés de recherche EKOS)
The Dual Digital Divide: Inclusion and Understanding Barriers
(Les Associés de recherche EKOS)

Sécurité

Policing Perspectives – Public Perceptions of Law Enforcement in Canada (Pollara)
Public Safety and Security in the New Millennium (Ipsos-Reid)
Public Security Monitor
(Les Associés de recherche EKOS)

Affaires et questions d'ordre économique

The Business Agenda (Compas)
Consumer TrendZ Report – autrefois le Rapport Goldfarb (Millward Brown Goldfarb)
Investment & Trade Promotion – Communications Product Testing
(The Earncliffe Strategy Group)

Marketing et communications

Agricultural Event Marketing Survey
(Enigma Research Corporation)
Canadian Media Relations Review
(Ipsos-Reid)

Autres sujets

Building Civic Engagement Among the Information Age Generations (D-Code)
Public Views Regarding Aboriginal People
(Ipsos-Reid)
Reconnecting Government with Youth
(Ipsos-Reid)
SheWatch (PeopleWatch Canada)

Annexe 4

Offres à commandes

Série A – Recherche qualitative

- The Strategic Counsel Inc.
- Environics Research Group
- The Earncliffe Strategy Group Inc.
- Ipsos-Reid Corporation
- Phoenix Strategic Perspectives Inc.
- Sage Research Corporation
- Les Associés de recherche EKOS Inc.
- TNS Canadian Facts Inc.
- Western Opinion Research Inc.
- Patterson Langlois Consultants
- Corporate Research Associates Inc.
- Centre de recherche Décima Inc.
- Millward Brown Goldfarb
- Les Études de Marché Créatec +
- Pollara Inc.

Série B – Recherche quantitative

- Environics Research Group
- The Strategic Counsel Inc.
- Ipsos-Reid Corporation
- Corporate Research Associates Inc.
- Phoenix Strategic Perspectives Inc.
- Millward Brown Goldfarb
- Les Études de Marché Créatec +
- Centre de recherche Décima Inc.

- Pollara Inc.
- GPC International
- Les Associés de recherche EKOS Inc.
- TNS Canadian Facts Inc.
- The Earncliffe Strategy Group Inc.

Série C – Recherche qualitative ou quantitative

- Environics Research Group
- The Strategic Counsel Inc.
- Ipsos-Reid Corporation
- Phoenix Strategic Perspectives Inc.
- Les Associés de recherche EKOS Inc.
- TNS Canadian Facts Inc.
- The Earncliffe Strategy Group Inc.
- Corporate Research Associates Inc.
- Centre de recherche Décima Inc.
- Les Études de Marché Créatec +
- Millward Brown Goldfarb
- Pollara Inc.

Arrangements en matière d'approvisionnement

Série A – Recherche qualitative

- The Earncliffe Strategy Group Inc.
- Environics Research Group
- The Strategic Counsel Inc.
- Ipsos-Reid Corporation
- Phoenix Strategic Perspectives Inc.
- Centre de recherche Décima Inc.
- Les Études de Marché Créatec +
- Sage Research Corporation
- TNS Canadian Facts Inc.
- Les Associés de recherche EKOS Inc.
- Millward Brown Goldfarb
- Phase 5 Groupe d'experts-conseils Inc.
- Corporate Research Associates Inc.
- Western Opinion Research Inc.
- Vision Research
- Patterson Langlois Consultants
- GPC International
- Goldfarb Intelligence Marketing Corporation
- Pollara Inc.

Série B – Recherche quantitative

- Environics Research Group
- Phoenix Strategic Perspectives Inc.
- The Strategic Counsel Inc.
- Millward Brown Goldfarb
- Centre de recherche Décima Inc.
- Ipsos-Reid Corporation
- Les Études de Marché Créatec +
- Pollara Inc.
- Les Associés de recherche EKOS Inc.
- TNS Canadian Facts Inc.
- The Earncliffe Strategy Group Inc.
- Corporate Research Associates Inc.
- GPC International
- Corum – Continuum Research
- Léger Marketing

Série C – Recherche qualitative ou quantitative

- Environics Research Group
- The Strategic Counsel Inc.
- Phoenix Strategic Perspectives Inc.
- Centre de recherche Décima Inc.
- Ipsos-Reid Corporation
- The Earncliffe Strategy Group Inc.
- Les Études de Marché Créatec +
- Millward Brown Goldfarb
- Les Associés de recherche EKOS Inc.
- TNS Canadian Facts Inc.
- Corporate Research Associates Inc.
- Pollara Inc.
- GPC International